



UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO DE MANABÍ”

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Proyecto de emprendimiento

Previo a la obtención del título de Licenciada en Administración de Empresas

TÍTULO DEL PROYECTO

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA
DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HELADOS
SALUDABLES PARA NIÑOS, JOVENES, ADULTOS, Y PERSONAS DIABÉTICAS EN LA
CIUDAD DE MANTA”.

AUTORA:

RIVERA NOLE MARITZA MALENA

TUTOR DE TESIS:

ECON. OSCAR CALDERÓN ZAMORA

MANTA- MANABÍ – ECUADOR

2022(1)

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido y revisado el trabajo de investigación, bajo la autoría de la estudiante Rivera Nole Maritza Malena, legalmente matriculado/a en la carrera de Administración de Empresas, período académico 2022(1), cumpliendo el total de 400 horas, bajo la opción de titulación de Emprendimiento, cuyo tema del proyecto es “Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de helados saludables para niños, jóvenes, adultos, y personas diabéticas en la ciudad de Manta”.

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 29 de Julio de 2022.

Lo certifico,


.....
Docente tutor(a)

Econ. Oscar Xavier Calderón Zamora

CERTIFICADO DEL URKUND



Document Information

Analyzed document	PROYECTODEHELADERIAMK- Tesis final.docx (D142665976)
Submitted	8/5/2022 1:00:00 AM
Submitted by	
Submitter email	oscar.calderon@uleam.edu.ec
Similarity	9%
Analysis address	oscar.calderon.uleam@analysis.urkund.com

APROBACIÓN DEL TRABAJO DE EMPRENDIMIENTO POR EL TRIBUNAL

Los miembros del tribunal del grado dan la aprobación del trabajo de titulación sobre el tema **“Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de helados saludables para niños, jóvenes, adultos y personas diabéticas en la ciudad de Manta**, elaborado por la egresada Rivera Nole Maritza Malena, el mismo que cumple con lo estipulado por los reglamentos y disposiciones emitidas por la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Carrera Administración de Empresas.

Presidente del tribunal (delegado)

Miembro del tribunal

Miembro del tribunal

DEDICATORIA

Con inmenso amor y cariño dedico la presente tesis a Dios, por darme la oportunidad de vivir junto a una familia maravillosa.

A mis padres Gabriel Rivera y Maritza Nole, quienes me dieron la vida y depositaron la confianza en mí para culminar mis estudios; a mis hermanos por su apoyo incondicional y a agradecida con mis suegros siempre por todo el apoyo brindado cuando me abrieron las puertas de mi segunda casa, esperando que este título me sirva de motivación para mi auto superación, dedico este trabajo de manera especial a mi novio, quien fue mi compañero de clases y el motor que me impulsó a seguir adelante; a todos mis familiares y amigos que siempre estuvieron conmigo en todo momento con su apoyo moral y dándome ánimos para lograr este objetivo.

Maritza Malena Rivera Nole

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por darme fuerza, perseverancia y guiarme en este largo camino que ha sido el de la universidad y poder culminar mis estudios.

A mis padres por todo el esfuerzo durante muchos años, por su apoyo, motivación, y cariño que me alentaron a seguir paso firme en los momentos de mayor debilidad.

A mis compañeros que siempre pensábamos en la llegada de este día. A mis docentes que a lo largo de la carrera me enseñaron y dejaron muchos consejos que de alguna u otra manera me impulsaron siempre para adelante.

Maritza Malena Rivera Nole

ÍNDICE

Contenido

CERTIFICACIÓN	1
CERTIFICADO DEL URKUND	2
APROBACIÓN DEL TRABAJO DE EMPRENDIMIENTO POR EL TRIBUNAL.....	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
ÍNDICE	6
TEMA	11
INTRODUCCIÓN	12
SUMMARY	13
PALABRAS CLAVES	14
CAPÍTULO I DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	16
1.1. Planteamiento del problema.....	16
1.1.1. Formulación del problema	17
1.2. OBJETIVOS DEL PROYECTO	17
1.2.1. Objetivo General.....	17
1.2.2. Objetivos Específicos.....	17
1.3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	18
1.3.1. Justificación teórica	18
1.3.2. Justificación práctica.....	19
1.3.3. Justificación metodológica.....	19
1.4. DELIMITACIÓN	20
CAPÍTULO II PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO	21
2.1. Nombre de la empresa	21
2.2. Logo de la empresa	21
2.3. SLOGAN DE LA EMPRESA	21
2.4. Misión	21

2.5. Visión.....	22
2.6. Valores empresariales	22
2.7. Análisis interno del proyecto	24
CAPÍTULO III ESTUDIO DE MERCADOTECNICA.....	25
3.1. Análisis externo	25
3.2. Segmento de Mercado.....	26
3.3. Estudio de las variables del Marketing Mix (producto, precio, promoción, plaza).....	26
3.3.1. Producto	26
3.3.2. Precio	26
3.3.3. Plaza.....	26
3.3.4. Promoción.....	27
3.4. ANÁLISIS COMPETITIVO (PORTER)	27
3.4.1. Rivalidad entre competidores	27
3.4.2. Amenaza de Nuevos Participantes.....	27
3.4.3. Amenaza de Productos Sustitutos.....	28
3.4.4. Poder de Negociación con los compradores	28
3.4.5. Poder de Negociación con los proveedores	28
3.5. Análisis e Interpretación de la Información obtenida de la Encuesta.....	28
Pregunta 1	31
Pregunta 2	32
Pregunta 3	34
Pregunta 4	35
Pregunta 5	37
Pregunta 7	40
Pregunta 8	42
Pregunta 9	43
Pregunta 10	45
CAPÍTULO IV DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO.....	47
4.1. Características del producto.....	47
Descomposición del producto.....	47
Proceso de fabricación del producto	48
CAPÍTULO V ESTUDIO TÉCNICO	49

5.1 Descripción de las características de localización del negocio.....	49
5.1.1 Macro localización.....	49
5.1.1 Micro Localización	49
5.2 Realización de un bosquejo del área de trabajo	50
5.3 Diagrama de procesos	52
5.4 Capacidad de producción.....	53
5.5 Listado de máquinas, equipos, herramientas y utensilios.....	54
5.6 Cálculo de los materiales y materia prima utilizar en el proceso productivo	56
5.7 Listado de los proveedores.....	57
CAPÍTULO VI ESTUDIO ORGANIZACIONAL	58
6.1 Organigrama Estructural y Funcional.....	58
6.2 Funciones según las responsabilidades de cada persona	59
6.3 Previsión de RRHH.....	61
CAPÍTULO VII ESTUDIO LEGAL Y SOCIETARIO	58
7.1 Marco legal	58
7.2 Requisitos para su legitimidad.....	58
CAPÍTULO VIII ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO	61
8.1 Costo unitario de producción	61
8.2. PROYECCIÓN DE VENTAS.....	64
8.3 Plan de Inversión.....	67
8.4 Líneas de financiamiento	69
8.5 Flujo de caja proyectado (5 años)	72
8.6 Estado de resultados proyectados (5 años)	74
8.7 Estado de situación financiera proyectado (5 años).....	75
CAPÍTULO IX EVALUACIÓN FINANCIERA	79
9.1 WACC.....	79
9.2 VAN.....	79
9.3 TIR	81
9.4 Periodo de recuperación de la inversión (PRI)	82
9.6 Razones Financieras.....	83
Análisis de las razones financieras	83
CONCLUSIONES	84

RECOMENDACIONES.....	85
BIBLIOGRAFÍA	86
ANEXOS	89
Anexo 1 Cuestionario de Encuesta	89

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Delimitación.....	20
Tabla 2 Detalle y Cálculo de la muestra	29
Tabla 3 Distribución de la encuesta por lugares de Manta:	30
Tabla 4 Detalle Pregunta 1	31
Tabla 5 Detalle Pregunta 2.....	32
Tabla 6 Detalle Pregunta 3.....	34
Tabla 7 Detalle Pregunta 4.....	35
Tabla 8 Detalle Pregunta 5.....	37
Tabla 9 Detalle Pregunta 6.....	39
Tabla 10 Detalle Pregunta 7.....	40
Tabla 11 Detalle Pregunta 8.....	42
Tabla 12 Detalle Pregunta 9.....	43
Tabla 13 Detalle Pregunta 10.....	45
Tabla 14 Detalle referente a la capacidad de producción	53
Tabla 15 Cuantificación de unidades producidas en escala de tiempo	54
Tabla 16 Listado de máquinas y equipos.....	54
Tabla 17 Listado de herramientas y utensilios.....	55
Tabla 18 Detalle de cálculo de los materiales y materia prima	56
Tabla 19 Responsabilidades y parámetros de cada puesto	59
Tabla 20 Provisión-Nómina Personal	61
Tabla 21 Detalle costo unitario de producción	61
Tabla 22 Detalle costo unitario de producción	62
Tabla 23 Detalle costo unitario de producción	63
Tabla 24 Costo unitario de producción.....	64
Tabla 25 Detalle de la proyección de venta en unidades	65
Tabla 26 Detalle de la proyección de venta en dólares.....	66
Tabla 27 Detalle de Activos Fijos.....	67
Tabla 28 Detalle de Activos Diferidos.....	67

Tabla 29Detalle del Capital de Trabajo	68
Tabla 30Resumen Plan de Inversión.....	69
Tabla 31Composición de Capital.....	69
Tabla 32Capital Social.....	70
Tabla 33Datos del crédito	70
Tabla 34Amortización del crédito	71
Tabla 35Flujo de Caja Proyectado 5 años.....	72
Tabla 36Estado de Resultado Proyectado 5 años	74
Tabla 37Estado de Situación Financiera 5 años	75
Tabla 38WACC	79
Tabla 39VAN.....	80
Tabla 40 TIR.....	81
Tabla 41Retorno de la Inversión.....	82
Tabla 42Razones Financieras	83

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Logo de la empresa.....	21
Figura 2 FODA	25
Figura 3 Resultados Pregunta 1	31
Figura 4 Resultados pregunta 2.....	33
Figura 5 Resultados Pregunta 3	34
Figura 6 Resultados Pregunta 4	36
Figura 7 Resultados Pregunta 5	38
Figura 8 Resultados Pregunta 6	39
Figura 9 Resultados Pregunta 7	41
Figura 10 Resultados Pregunta 8	42
Figura 11 Resultados Pregunta 9	44
Figura 12 Resultados Pregunta 10	45
Figura 13 Descomposición del producto	47
Figura 14 Ubicación geográfica de la Micro Localización.....	50
Figura 15 Bosquejo del área de trabajo.....	50
Figura 16 Diagrama del proceso de producción	52

TEMA

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HELADOS SALUDABLES PARA NIÑOS, JOVENES, ADULTOS, Y PERSONAS DIABÉTICAS EN LA CIUDAD DE MANTA”.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se realiza en base a la situación actual que enfrentan los habitantes de Manta en relación a su salud y el consumo de alimentos que pueden afectar la misma, ya que todos nosotros tenemos algún familiar o conocemos a alguien que padezca de la enfermedad, tal como la diabetes, la cual, día a día tiene un aumento en la población, por eso he decidido enfocarme en crear una heladería saludable no solo para las personas, sino también enfocada en el medio ambiente ya que se trabajara con materiales ecológicos aquellos que ayudaran al planeta y a concientizar el menos uso del plástico. En este proyecto, se plantea realizar una de las primeras heladerías de la ciudad de Manta- Manabí – Ecuador, que produzca un helado bajo en azúcares para que no perjudique la salud de los niños, jóvenes, adultos y que además lo puedan consumir las personas diabéticas que inclusive muchas veces desean consumir este producto, pero no lo hacen, o tal vez lo hacen, pero de manera errónea ósea adquieren algo que les termina perjudicando a largo plazo. El equipo que pienso manejar soy yo como jefa emprendedora y mi equipo de confianza que seriamos un total de 4 personas. Pienso que mi producto es necesario ahora en la actualidad ya que está sucediendo que muchas personas dejan a un lado un producto que consumían y por distintas circunstancias tienen miedo a consumirlo, pero a quien no le alegraría el día con un dulce saludable y más aún si es un helado. Mis clientes potenciales son todas las personas desde niños hasta las personas adultas pues en específico si va dedicado para aquellas personas que muchas veces dejan de lado el consumo de un helado por su salud, pero este tendrá un valor muy especial que traerá beneficios y no perjudicará su salud. El volumen de mercado que se busca alcanzar es el 100% pero no siempre ocurrirá eso ya que existe competencia agresiva entonces entrar al mercado es un desafío, pero no algo imposible por eso se busca trabajar de la mejor manera para poder llegar a todos nuestros posibles clientes. Este proyecto ya tiene un

estimado presupuesto para lograr su apertura que está entre los \$42.008,00 dólares. Se desea lograr los beneficios económicos porque sin aquello no se podrá seguir en pie. Además, se debe tener en cuenta que muchas personas ahora con el consentimiento de ayuda al medio ambiente están sustituyendo muchos productos de plástico entonces el hecho de que se trabajara con envases ecológicos desde las fundas de basuras, envases, cucharas y la infraestructura del local nos ayudara a concientizar y llegar tal vez a esa parte de la población que desconocen del tema.

SUMMARY

The present work is carried out based on the current situation faced by the inhabitants of Manta in relation to their health and the consumption of food that can affect it, since all of us have a family member or know someone who suffers from the disease, such as diabetes, which, day by day has an increase in the population, that is why I have decided to focus on creating a healthy ice cream parlor not only for people, but also focused on the environment since they will work with ecological materials those that They will help the planet and raise awareness of the less use of plastic. In this project, it is proposed to make one of the first ice cream parlors in the city of Manta-Manabí - Ecuador, to produce a low-sugar ice cream so that it does not harm the health of children, youth, adults and that people can also consume it. diabetics who even many times want to consume this product, but they don't, or maybe they do, but in a bone mistake they acquire something that ends up harming them in the long term. The team that I intend to manage is myself as the entrepreneurial boss and my trusted team, which would be a total of 4 people. I think that my product is necessary now, since it is happening that many people put aside a product that they used to consume and for different reasons are afraid to consume it, but who would not brighten their day with a healthy sweet and even more so if it is an ice-cream. My potential clients are all people from children to adults, specifically if it is dedicated to those people who often put aside the

consumption of ice cream for their health, but this will have a very special value that will bring benefits and not harm. your health. The market volume that is sought to be reached is 100%, but this will not always happen since there is aggressive competition, so entering the market is a challenge, but not something impossible, that is why we seek to work in the best way to be able to reach all our possible customers. This project already has an estimated budget to achieve its opening, which is between \$42,008.00 dollars. You want to achieve economic benefits because without that you will not be able to continue standing. In addition, it must be taken into account that many people now, with the consent of helping the environment, are replacing many plastic products, so the fact that they worked with ecological packaging from garbage bags, containers, spoons and the local infrastructure It will help raise awareness and perhaps reach that part of the population that is unaware of the subject.

PALABRAS CLAVES

- **Salud**

Citando al autor (Pardo, 1997) manifiesta que salud es el habito o estado corporal que nos permite seguir viviendo, Porque, vivir no es simplemente "estar", como una piedra, vivir implica una actividad interna del ser vivo.

- **Nutrición**

(IMSS, 2015) plantea que “La nutrición se refiere a los nutrientes que componen los alimentos, implica los procesos que suceden en tu cuerpo después de comer, es decir la obtención, asimilación y digestión de los nutrimentos por el organismo.

- **Frozen Yogurt**

(Educalingo , s.f.) se menciona que “El yogurt congelado es un postre congelado hecho con yogur ya veces otros productos lácteos. Varía de ligeramente a mucho más agrio que el helado, así como ser más bajo en grasa.”

- **Ecológico**

(Biomarket, 2017) manifiesta que “ecológico se asocia a productos naturales, saludables y que respetan el medio ambiente, aunque todavía hay mucha gente que desconoce qué implica la producción ecológica y los beneficios que tiene en nuestra salud.

- **Azúcar de coco**

(Shop, s.f.) expresa que “El azúcar de coco es un endulzante sano y natural, se extrae del néctar de las flores de la palmera cocotera que, tras evaporar su humedad al fuego, va cambiando de color hasta convertirse en una sustancia densa y marrón que se cristaliza en azúcar de coco. Su bajo índice glucémico, evita que se dispare el azúcar en la sangre y por tanto es apta para diabéticos.”

CAPÍTULO I DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

El proyecto se ha realizado en base a un sin número de problemáticas por las que atraviesa la sociedad en la oferta actual que existe en el mercado, helados que no son 100% naturales o con alto contenido graso y azúcares, los cuales además son bajos en nutrientes y en su mayoría son helados repetitivos y poco creativos.

Bajo este escenario, he visto necesario realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa que elabore y comercialice helados saludables, demostrando que este tipo de productos tiene buena aceptación en el mercado, contando con la base conceptual y teórica, a más de la confiabilidad de los resultados que estarán basados en el uso de herramientas e instrumentos de investigación. El consumo de alimentos además de las golosinas forma parte de nuestro consumo diario y esto último, representa un papel importante en nuestra vida. Sin embargo, debemos hacer una correcta selección de alimentos que le proporcionen todos los nutrientes a nuestro cuerpo, pues estos hacen que nuestro corazón siga latiendo, nuestra mente funcione más rápido y tengamos huesos más fuertes. Por lo que, tener una mala nutrición nos produce problemas en nuestra salud, nos limita a tener un rendimiento bajo en nuestras actividades cotidianas, tanto en el ámbito doméstico y como en el laboral.

1.1. Planteamiento del problema

A lo largo de los años el mercado de helados ha crecido de una forma desmesurada y en la actualidad es un producto de consumo masivo que tiene gran aceptación por las personas. En nuestra ciudad se ha observado un gran incrementado de este tipo de negocios, sin embargo, no todas las personas que lo consumen encuentran una satisfacción plena en cuanto a el sabor, la calidad, la textura y la atención ofrecida.

1.1.1. Formulación del problema

Existen grandes marcas productoras de helados que compiten en el mercado, así como una gran variedad de negocios que ofrecen este producto. Los consumidores Mantenses sin embargo desconocen de una moda un tanto light, que nos ayuda a no ganar peso, lo cual permite mantener un buen estado de salud. Para esto, se requiere consumir productos naturales, bajos en grasas, azúcares y preservantes.

La demanda de helados en nuestra ciudad se encuentra en un alto nivel pues el mercado exige tener una variedad de productos a ofrecer, además se observa en nuestra ciudad que las familias los fines de semana salen a disfrutar de los productos ofrecidos por las heladerías, lo cual es un factor positivo para este proyecto, pues se proyectaría un nivel aceptable de clientes potenciales para el producto que se va a ofrecer.

1.2. OBJETIVOS DEL PROYECTO

1.2.1. Objetivo General

- Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de helados frozen saludables para niños, jóvenes, adultos y personas diabéticas a ubicarse en la ciudad de Manta.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Elaborar un estudio de mercado para determinar la factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de helados yogurt-frozen saludables, elaborados en base de productos con baja cantidad de azúcares.

- Realizar la tabulación y el análisis de los resultados obtenidos en estudio de mercado, para determinar la aceptación del producto elaborado en la ciudad de Manta.
- Realizar el análisis financiero para determinar costo-beneficio que implicaría invertir en la materia prima, producción y comercialización de los helados naturales nativos de la ciudad de Manta.
- Promover el consumo de helados yogurt-frozen para las personas diabéticas, mediante campañas de publicidad para incrementar su conocimiento y consumo.

1.3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

La situación del país en la actualidad causa que las personas busquen vías de producir ingresos a partir de una idea de negocio, que tenga proyección financiera. La ciudad de Manta es un territorio comercial de inversiones y de gran mercado esto se debe a que la sociedad Mantense aprovecha todos sus recursos y la zona geográfica y busca crear pequeños y grandes negocios sin importar su tamaño.

1.3.1. Justificación teórica

Se realiza este estudio de factibilidad por la oportunidad de negocio que se puede brindar en la ciudad de Manta, adicional a esto la responsabilidad social que se tendrá al sustentar un modelo de emprendimiento que servirá para el desarrollo socioeconómico de la ciudad, sin contaminar el medio ambiente y cuidando la salud de los consumidores.

La grave situación económica que afronta nuestro país permite que se planteen alternativas para generar fuentes de empleo mediante la creación de microempresas, las cuales contribuyan al desarrollo del país. En este contexto la creación de la microempresa de producción y

comercialización de helados saludables es una nueva alternativa en cuanto se refiere a productos innovadores.

1.3.2. Justificación práctica

Este proyecto de emprendimiento es muy importante ya que debido a la investigación que se está efectuando se puede determinar el nivel de aceptación que existirá por parte de los consumidores, los helados tendrán un valor agregado que los hace muy diferentes a los demás que podemos ya encontrar en el mercado.

1.3.3. Justificación metodológica

Lo que se desea alcanzar en este proyecto es poder crear una heladería con servicios agregados a ubicarse en la ciudad de Manta además que brinde un producto de calidad que vaya de la mano con las nuevas tendencias del mercado por eso existirá un beneficio tanto para el cliente, el medio ambiente y como para la empresa.

1.4. DELIMITACIÓN

Tabla 1 Delimitación

CAMPO	Ciencias Administrativas
ÁREA	Producción y comercialización
ASPECTO	Proyecto de emprendimiento
TEMA	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HELADOS SALUDABLES PARA NIÑOS, JOVENES, ADULTOS, Y PERSONAS DIABETICAS EN LA CIUDAD DE MANTA.
PROBLEMA	¿Sera viable la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de helados frozen saludables en la ciudad de Manta?
DELIMITACION DEL UNIVERSO	Población y mercado de la ciudad de Manta
DELIMITACION GEOGRAFICA	Cuidad de Manta
DELIMITACION TEMPORAL	Año 2022
DELIMITACION SOCIAL(Beneficiarios)	Autora del proyecto, la población de la ciudad de Manta.

Elaborado por: Malena Rivera Nole

CAPÍTULO II PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO

2.1. Nombre de la empresa

La determinación del nombre para la empresa tiene como base principal “ICE” que significa hielo y hace mucha referencia a helados y “BOOM” que en conjunto significa “BOOM DE HIELO”. El nombre se fija por decisión propia y de mi socio.

2.2. Logo de la empresa



Figura 1 Logo de la empresa

Elaborado por: Malena Rivera Nole

2.3. SLOGAN DE LA EMPRESA

“ICEBOOM” más que un helado una experiencia saludable que te hace bien, disfrútalo.

2.4. Misión

Elaborar y comercializar a nuestros consumidores un helado nutritivo con excelencia y calidad, aplicando innovaciones que permitan captar la preferencia de nuestros consumidores, ofreciendo alta calidad y precio justo.

2.5. Visión

Ofrecer una experiencia única de consumir un helado saludable y en diferentes tamaños, de alta calidad, que supere las expectativas de los clientes, lo cual se logrará contando con un producto innovador y nutritivo para nuestros consumidores.

2.6. Valores empresariales

Nuestros valores empresariales nos guiarán al éxito pues son aquellos que nos definirán ante nuestros consumidores de pies a cabeza y debemos transmitirlos ya que evidenciarán de una u otra manera nuestra identidad y espíritu.

En consecuencia, los valores empresariales de ICEBOOM son: Calidad, Trabajo en equipo, Competitividad, Responsabilidad social, Puntualidad, Disciplina e Innovación.

- **Calidad**

(2016) Definió que a la calidad como el hecho de cumplir o exceder las expectativas del cliente a un precio que sea capaz de soportar.

- **Trabajo en equipo**

(Ander-Egg, 1983) Menciona que el trabajo en equipo es la capacidad de participar activamente en la prosecución de una meta común subordinando los intereses personales a los objetivos del equipo. Es la habilidad para orientar la acción de los grupos humanos en una dirección determinada, inspirando valores de acción y anticipando escenario de desarrollo de la acción de ese grupo. La habilidad para fijar los objetivos y la capacidad de dar retroalimentación, integrando opiniones de los otros motivar e inspirar confianza.

- **Competitividad**

(Concepto, s.f.) Define la competitividad como la capacidad de una entidad u organización con o sin fines de lucro para competir.

- **Responsabilidad social**

(Ayudaley, s.f.) manifiesta que la responsabilidad social es un marco ético en el que los individuos o corporaciones son responsables de cumplir con su deber cívico y tomar acciones que beneficien a la sociedad en su conjunto. Si una empresa o persona está considerando tomar acciones que puedan dañar el medio ambiente o la sociedad, esas acciones se consideran socialmente irresponsables.

- **Puntualidad**

(Concepto, s.f.) expresa que la puntualidad, en principio, es una cualidad adquirida por los seres humanos, que es considerada como la virtud de cumplir con la entrega de una tarea o cumplir con una obligación, dentro del tiempo estipulado y totalmente comprometido a la realización de ésta.

- **Disciplina**

(EcuRed, s.f.) plantea que es la capacidad de actuar ordenada y perseverantemente para conseguir un bien. Exige un orden y unos lineamientos para poder lograr más rápidamente los objetivos deseados, soportando las molestias que esto ocasiona.

- **Innovación**

(Oslo, 1997) detalla que innovar es utilizar el conocimiento, y generarlo si es necesario, para crear productos, servicios o procesos, que son nuevos para la empresa, o mejorar los ya existentes, consiguiendo con ello tener éxito en el mercado

2.7. Análisis interno del proyecto

El análisis interno se enfoca en la forma para simplificar la planificación estratégica y gestión, con puntos clave para decidir la formulación de nuestros objetivos estratégicos:

FINANCIEROS:

- Mantener rentabilidad
- Optimizar costos
- Maximizar ventas
- Retorno de inversión

CLIENTE:

- Satisfacer la demanda
- Crear mayores puntos de venta
- Ser fuente de plazas de empleo

PROCESOS:

- Aumentar los controles de calidad
- Garantizar productos de calidad
- Mejorar progresivamente los procesos

RECURSOS:

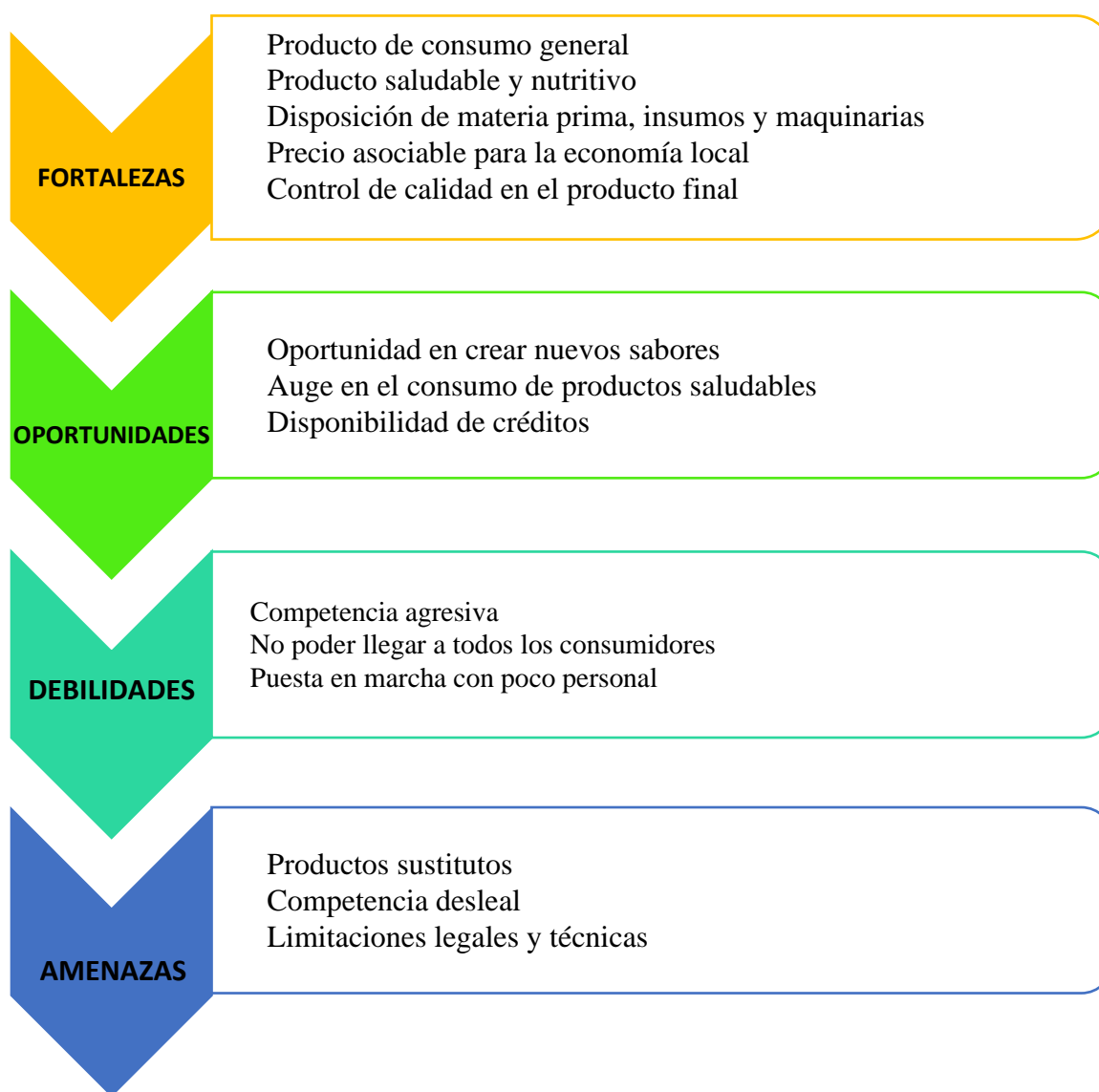
- Evitar desperdicio de materia prima
- Administración y organización eficaz
- Potenciar los recursos existentes

CAPÍTULO III ESTUDIO DE MERCADOTECNICA

3.1. Análisis externo

Según (Espinoza, 2013) establece como “herramienta estratégica de análisis de la situación de la empresa. El principal objetivo de aplicar la matriz FODA en una organización, es ofrecer un claro diagnostico para poder tomar las decisiones estratégicas oportunas y mejorar en el futuro”, con esta percepción se presenta en relación con el proyecto el FODA:

Figura 2 FODA



Elaborado por: Malena Rivera Nole

3.2. Segmento de Mercado

En lo que se refiere nuestra propuesta de valor da paso a abrir la oportunidad de poder direccionar nuestro esfuerzo hacia toda la sociedad de cualquier edad, pues se enfoca en el consumo de un producto saludable y no perjudicial para la salud, por sus ingredientes de elaboración y sus añadidos de tal forma podrá ser adquirido para los más pequeños y los más adultos del hogar; no obstante un segmento importante serán las alianzas y las creaciones de nuevos puntos de venta en diferentes partes de Ecuador con personas que quieran ser parte de este emprendimiento.

3.3. Estudio de las variables del Marketing Mix (producto, precio, promoción, plaza)

3.3.1. Producto

El producto es un helado frozen que se sirve dependiendo del tamaño que valla a consumir la persona su materia prima principal no lleva ni perseverantes o colorantes ya que se trabajará con yogurt natural bajo en azúcar y leche entera sin azúcar y un endulzante saludable que será el azúcar de coco, lo que lo hará un producto sano con una presentación moderna.

3.3.2. Precio

El precio de venta al público se determina previo al análisis financiero, relacionado a la producción del producto entonces no se manejará un solo precio en si ya que las presentaciones varían porque son en diferentes tamaños, pero se tiene un estimado al sumar la materia prima, la mano de obra y los costos indirectos de fabricación.

3.3.3. Plaza

La comercialización se basará en un solo local es decir en un punto específico de Manta, el proceso de plaza debe respetar estándares de calidad para ganar prestigio en el mercado y aprovechar cualquier oportunidad de crecimiento.

3.3.4. Promoción

La promoción o promociones que la empresa tendrá son las que se darán a través de redes sociales, nuestra página web que también servirá como medio para facilitar la comunicación entre empresa-cliente, por lo cual se creara cuentas como; Instagram, Facebook, WhatsApp, Tik Tok, y su debido correo electrónico serán los puntos de partida para la promoción y nuestra publicidad. También se tendrá presente los medios de comunicación tradicionales como (radio, televisión y prensa), que, aunque serán de menor escala no se debe descuidar la oportunidad para el crecimiento de la empresa y reconocimiento de la marca.

3.4. ANÁLISIS COMPETITIVO (PORTER)

3.4.1. Rivalidad entre competidores

En referencia a este proyecto de emprendimiento que se colocara en Manta puedo decir que ya en la actualidad existen varias heladerías de diversos enfoques, disponiendo desde helados con presentaciones tradicionales, industriales, caseras y las modernas entre otras. La competitividad se basa en la diferenciación del producto pues se debe mantener la esencia del producto sin dejar de lado su objetivo que es ayudar a contar con un mejor estilo de vida sin dejar de lado el consumo de un delicioso helado. Nuestros principales competidores son: Helados Pingüino, Helados Salcedo, Locales de helados caseros, Franquicias como Green Frost, Yogulandia y Helados Topsy.

3.4.2. Amenaza de Nuevos Participantes

En la actualidad ha aumentado el consumo de productos saludables entonces esto hace que las inversiones de negocio se direccionen hacia este tipo de áreas, por lo cual es alta la amenaza de nuevos participantes dentro del mercado.

3.4.3. Amenaza de Productos Sustitutos

En este punto se hace referencia a todos los tipos de helados, jugos, bebidas gaseosas, batidos entre otros; estos productos hacen que empresas como, despensas, bares, se posicionen en el mercado y lo hace mucho más competitivo; pero hay que destacar que el helado tiene muchas más ventajas y al ser accesible tiene beneficios para la salud esto hace que el consumidor lo pueda adquirir sin importar la edad que tenga.

3.4.4. Poder de Negociación con los compradores

Si nuestras estrategias administrativas, comerciales y operativas logran cumplir con las planificaciones se puede decir que el poder de compra es alto por la calidad del producto a ofrecer en el mercado y la proyección del emprendimiento, pues la decisión final se verá direccionada por la salud de consumo, su sabor y la calidad de los procesos internos como externos.

3.4.5. Poder de Negociación con los proveedores

El poder de negociación con los proveedores es alto pues con la gama de opciones es variada y de gran calidad. Cabe recalcar que los proveedores potenciales se encuentran con una distancia accesible ya que son todos de nuestro país Ecuador y muchos de ellos de nuestra ciudad Manta, de esta manera analizar el costo, la cercanía y el factor tiempo para que se pueda garantizar la calidad de la materia prima e insumos en general.

3.5. Análisis e Interpretación de la Información obtenida de la Encuesta

Antes de realizar la encuesta, se determina la población, que será el número de habitantes de la ciudad de Manta 2022, que es 195.305 según (ZhujiWorld.com, 2022) Por ende, a esta referencia se aplica la siguiente fórmula para identificar la muestra a encuestar:

Tabla 2 Detalle y Cálculo de la muestra

	ESPECIFICACIONES	Y CALCULO PARA LA MUESTRA
Z	1,96	Porcentaje de la distribución normal
P	0,5	Probabilidad de ocurrencia
Q	0,5	1-P
N	195,305	TAMAÑO DE LA POBLACION
e	0,05	Error de Muestreo
n	383	TAMAÑO DE LA MUESTRA

Elaborado por: Malena Rivera Nole

Se desarrolla la siguiente fórmula para obtener la muestra:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{NE^2 + Z^2 * P * Q}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 * (0.5) * (0.5) * 195.305}{195.305 * (0.05)^2 + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

n= 383 encuestas a realizar

Como resultado se obtuvo un total de 383 encuestas a realizar, muestra que será enfocada en 10 preguntas definidas a partir del análisis y alcance de la propuesta de valor del proyecto. Por lo tanto, la encuesta se realizará de manera física, para adquirir la información poder tabular las respuestas e interpretar resultados.

Una vez terminada la muestra se plantea encuestar de manera distributiva por la ciudad de Manta, de lo cual se ha dividido la encuesta en distintos lugares locales:

Tabla 3 Distribución de la encuesta por lugares de Manta:

Lugares	Número
Calle 13	150
Universidad	150
Playa El murciélago	43
Nuevo Tarqui	40

Elaborado por: Malena Rivera Nole

A continuación, el detalle de la realización de la encuesta:

Pregunta 1

¿Seleccione su rango de edad?

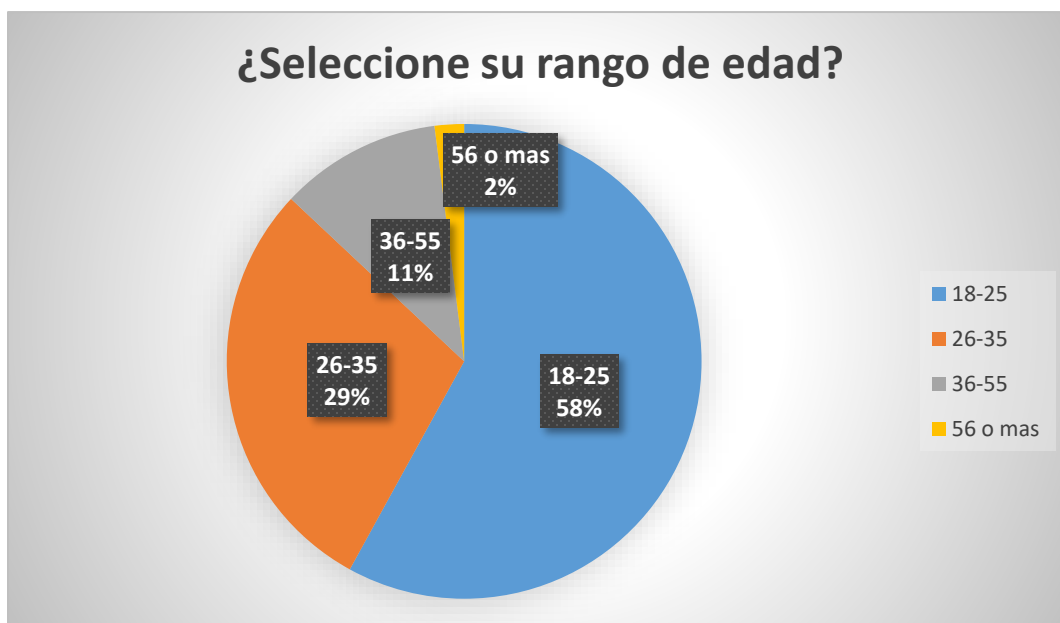
Tabla 4Detalle Pregunta 1

Indicadores	Total, de personas encuestadas	Porcentaje
18-25 años	221	58%
26-35 años	111	29%
36-55 años	41	11%
56 o mas	10	2%
Total	383	100%

Elaborado por: Malena Rivera Nole

Fuente: Encuesta aplicada a muestra de la población de Manta

Figura 3 Resultados Pregunta 1



Elaborado por: Malena Rivera Nole

Fuente: Encuesta aplicada a muestra de población de Manta

Análisis Pregunta 1

Según la muestra de los encuestados, el 58% expresa que, encuentra dentro del rango de edad de 18 a 25 años su edad, la otra parte que vendría a ser representada por el 29% muestra que su edad se encuentra dentro del rango de 26 a 35 años, con un porcentaje del 11% varias personas mencionan que su edad se encuentra dentro del rango de 36 a 55 años, el restante 2% menciona que su edad va desde los 56 años o más. Este escenario muestra que la mayoría de las personas encuestadas son personas denominadas jóvenes y adultos.

Pregunta 2

¿Seleccione su género?

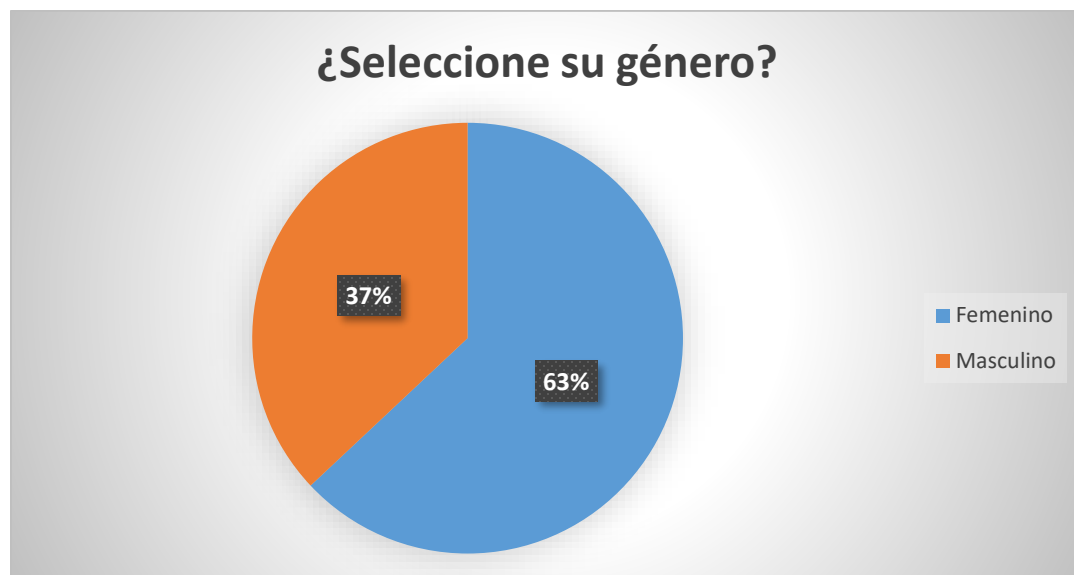
Tabla 5Detalle Pregunta 2

Indicadores	Total, de personas encuestadas	Porcentaje
Femenino	240	63%
Masculino	143	37%
Total	383	100%

Elaborado por: Malena Rivera Nole

Fuente: Encuesta aplicada a muestra de población de Manta

Figura 4 Resultados pregunta 2



Elaborado por: Malena Rivera Nole

Fuente: Encuesta aplicada a muestra de población de Manta

Análisis Pregunta 2

Los resultados de esta pregunta exponen que un 63% responden que son de género femenino, y un 37% responden que su género corresponde al sexo masculino. Esta muestra, va a tener una visión desde el punto de vista femenino, lo cual en nuestra sociedad se representa como el género que cuida y vela por la salud de los más pequeños, quienes nos mostraran una proyección de este segmento de la población, en un contexto de oportunidad de consumo de helados.

Pregunta 3

¿Consumen usted helado?

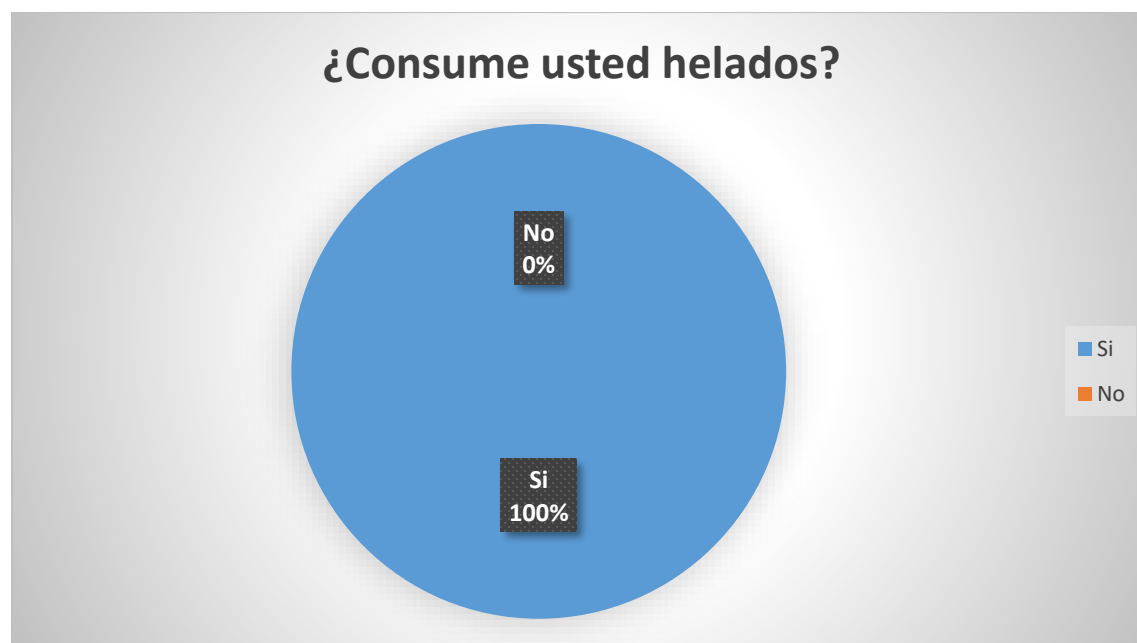
Tabla 6 Detalle Pregunta 3

Indicadores	Total, de personas encuestadas	Porcentaje
Si	373	100%
No	10	0%
Total	383	100%

Elaborado por: Malena Rivera Nole

Fuente: Encuesta aplicada a muestra de población de Manta

Figura 5 Resultados Pregunta 3



Elaborado por: Malena Rivera Nole

Fuente: Encuesta aplicada a muestra de población de Manta

Análisis Pregunta 3

Según la muestra de los encuestados, el 100 % expresa que, si consume helados, el restante 0% menciona que no consume helados en la ciudad de Manta. Este escenario propone una oportunidad para poder comercializar el producto y al probarlo, brinde una aceptación para el emprendimiento y dar a conocer un producto tan tradicional pero nuevo, innovador y saludable, lo que estima ventajas competitivas sobre la competencia actual dentro del mercado.

Pregunta 4

¿Consumiría usted un helado con propiedades beneficiosas para su salud?

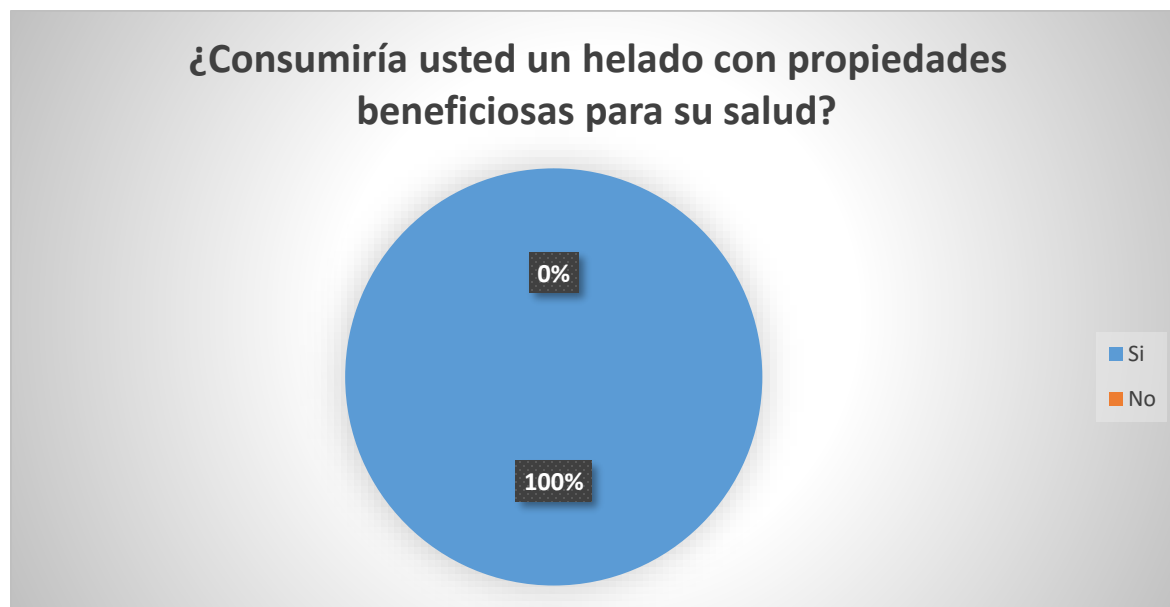
Tabla 7Detalle Pregunta 4

Indicadores	Total, de personas encuestadas	Porcentaje
Si	383	100%
No	0	0%
Total	383	100%

Elaborado por: Malena Rivera Nole

Fuente: Encuesta aplicada a muestra de población de Manta

Figura 6 Resultados Pregunta 4



Elaborado por: Malena Rivera Nole

Fuente: Encuesta aplicada a muestra de población de Manta

Análisis de la pregunta 4

Los resultados de la pregunta exponen que un 100% en su totalidad consumirían un helado saludable lo que declara que es una condicionante favorable respecto al producto del proyecto, ya que el mismo cuidara la salud de los consumidores siendo esta una oportunidad a partir de sus ingredientes hasta del buen sabor, y se puede educar a la sociedad partiendo de un consumo de helado saludable en base a ingredientes más nutritivos.

Pregunta 5

¿Con que frecuencia usted consumiría helados saludables?

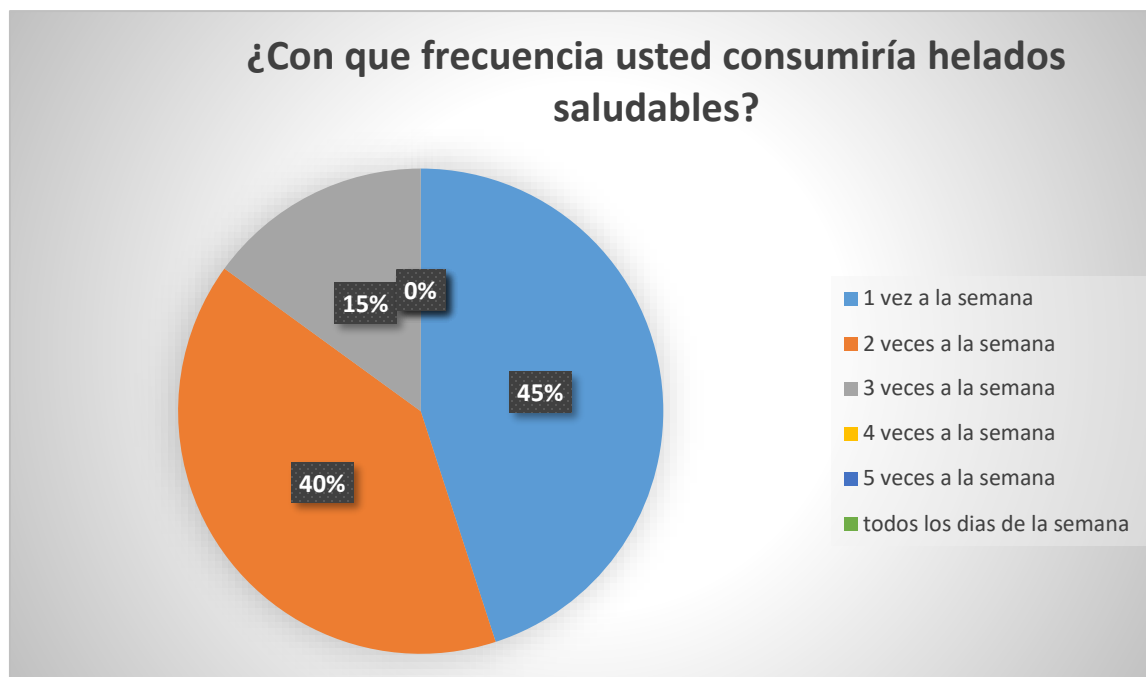
Tabla 8Detalle Pregunta 5

Indicadores	Total, de personas encuestadas	Porcentaje
1 vez por semana	174	45%
2 veces por semana	151	40%
3 veces por semana	58	15%
4 veces por semana	0	0%
5 veces por semana	0	0%
Todos los días de la semana	0	0%
Total	383	100%

Elaborado por: Malena Rivera Nole

Fuente: Encuesta aplicada a muestra de población de Manta

Figura 7 Resultados Pregunta 5



Elaborado por: Malena Rivera Nole

Fuente: Encuesta aplicada a muestra de población de Manta

Análisis Pregunta 5

Las respuestas de mayor ponderación a esta pregunta que trata sobre la frecuencia de consumo de helados están, en un 45% y 40% sobre el consumo de 1 vez a la semana y 2 veces a la semana, el restante 15% menciona que hasta 3 veces por semana se frecuentaría el consumo de el helado, lo que hace viable la venta constante del producto, con pedidos y puntos comerciales que proporcione ventas diarias y transformar el helado en un producto de consumo masivo.

Pregunta 6

¿Qué tan importante es para usted el nivel de nutrición al momento de consumir un helado?

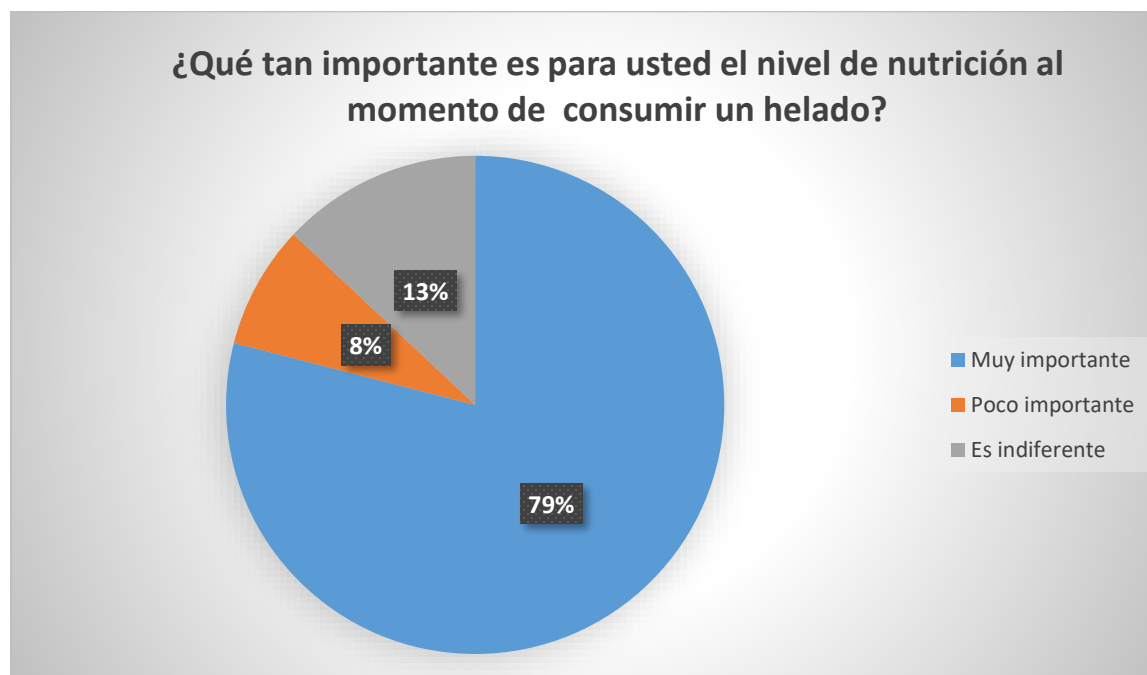
Tabla 9 Detalle Pregunta 6

Indicadores	Total, de personas encuestadas	Porcentaje
Muy importante	301	79%
Poco importante	33	8%
Es indiferente	49	13%
Total	383	100%

Elaborado por: Malena Rivera Nole

Fuente: Encuesta aplicada a muestra de población de Manta

Figura 8 Resultados Pregunta 6



Elaborado por: Malena Rivera Nole

Fuente: Encuesta aplicada a muestra de población de Manta

Análisis Pregunta 6

Los resultados de esta pregunta exponen que un 79% responden que es muy importante el nivel de nutrición al consumir helados, un 8% poco importante y un 13% declara que es indiferente. Esta condicionante plantea un resultado favorable pues se establece que la nutrición es algo que los consumidores tienen en cuenta al momento de la elección de un helado.

Pregunta 7

¿Qué factores condicionan el consumo de helado?

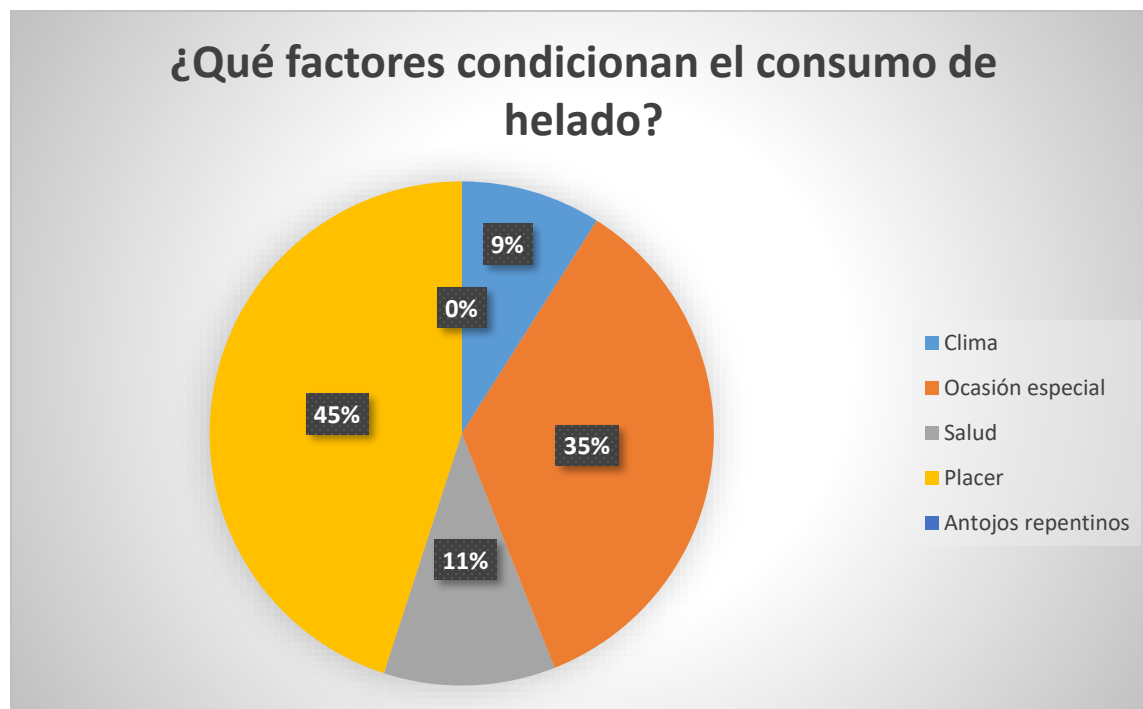
Tabla 10Detalle Pregunta 7

Indicadores	Total, de personas encuestadas	Porcentaje
Clima	37	9%
Ocasión especial	134	35%
Salud	40	11%
Placer	172	45%
Antojos repentinos	0	0%
Total	383	100%

Elaborado por: Malena Rivera Nole

Fuente: Encuesta aplicada a muestra de población de Manta

Figura 9 Resultados Pregunta 7



Elaborado por: Malena Rivera Nole

Fuente: Encuesta aplicada a muestra de población de Manta

Análisis Pregunta 7

Las personas encuestadas manifiestan en un 45% degustan un helado por placer, un 35% por ocasión especial, por clima un 9% y un 11% por degustan por salud. Este resultado explica una dirección social de consumo que es viable, ya que el negocio como tal asume que existe el consumo por placer, ya sea en momentos cotidianos o especiales, el clima de Manta es idóneo para degustar helados a diario, y se valida el tema de consumo por salud ya que este es el valor agregado que se quiere conseguir.

Pregunta 8

¿Cuál es la característica que lo motiva para consumir un helado?

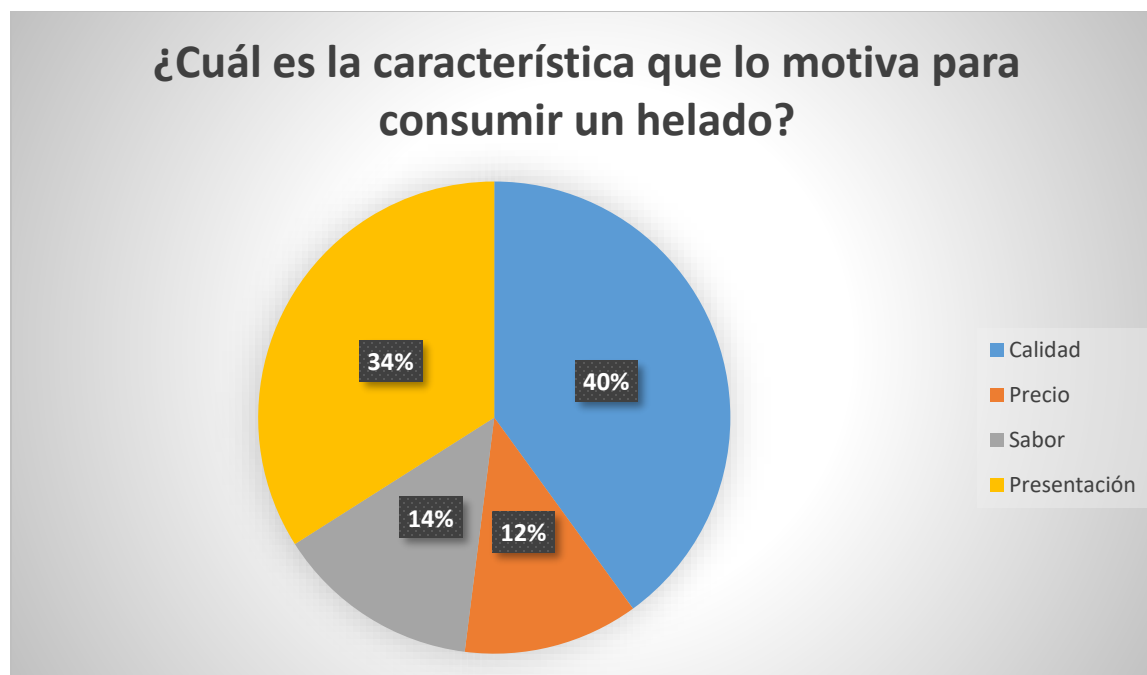
Tabla 11 Detalle Pregunta 8

Indicadores	Total, de personas encuestadas	Porcentaje
Calidad	156	40%
Precio	43	12%
Sabor	52	14%
Presentación	132	34%
Total	383	100%

Elaborado por: Malena Rivera Nole

Fuente: Encuesta aplicada a muestra de población de Manta

Figura 10 Resultados Pregunta 8



Elaborado por: Malena Rivera Nole

Fuente: Encuesta aplicada a muestra de población de Manta

Análisis Pregunta 8

Al momento de motivación para el consumo de un helado, la muestra registra un 40% que lo hace por “calidad”, un 34% lo motiva por “presentación”, un 14% por “sabor” y un 12% por “precio”. Estos factores derivan en las características del helado a producir y comercializar en este emprendimiento, adicional a eso una vez que se alcance un sabor especial en una presentación innovadora se puede sostener un precio factible, la calidad optima en todo momento y fijar seguridad al consumo.

Pregunta 9

¿Conoce acerca de una heladería que tenga como opción helados para las personas diabéticas?

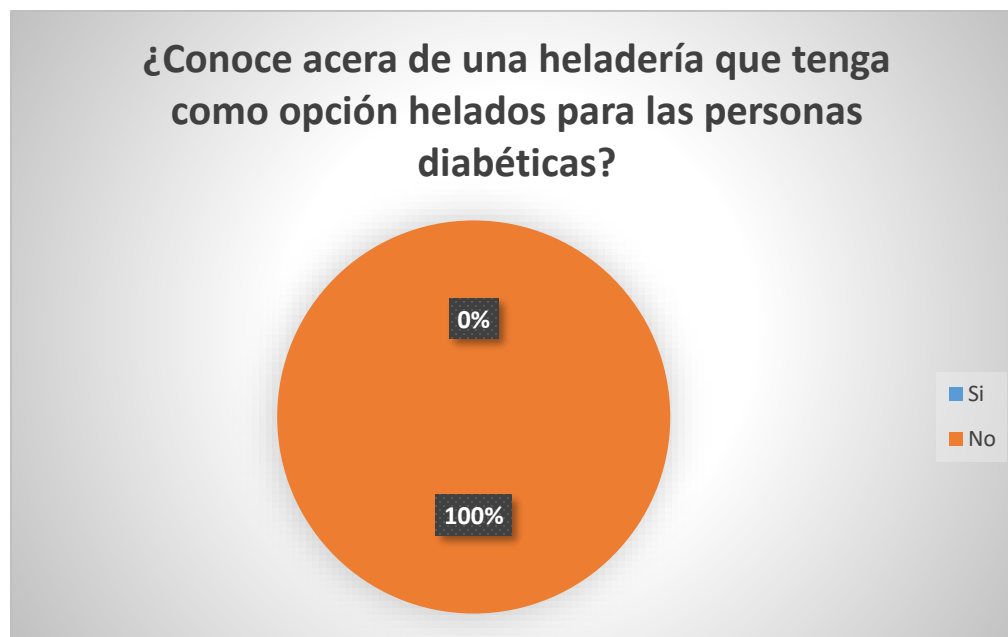
Tabla 12Detalle Pregunta 9

Indicadores	Total, de personas encuestadas	Porcentaje
Si	0	0%
No	383	100%
Total	383	100%

Elaborado por: Malena Rivera Nole

Fuente: Encuesta aplicada a muestra de población de Manta

Figura 11 Resultados Pregunta 9



Elaborado: Malena Rivera Nole

Fuente: Encuesta aplicada a muestra de población de Manta

Análisis Pregunta 9

Los encuestados de esta indagación determinaron que en su totalidad del 100% desconocen algún tipo de heladería que tenga como opción también un helado para los diabéticos, se espera asumir que dispondrían a probar helados de nueva marca que tenga como opción para las personas que sufren diabetes.

Pregunta 10

¿Estaría dispuesto a consumir un helado que trabaje con envases ecológicos?

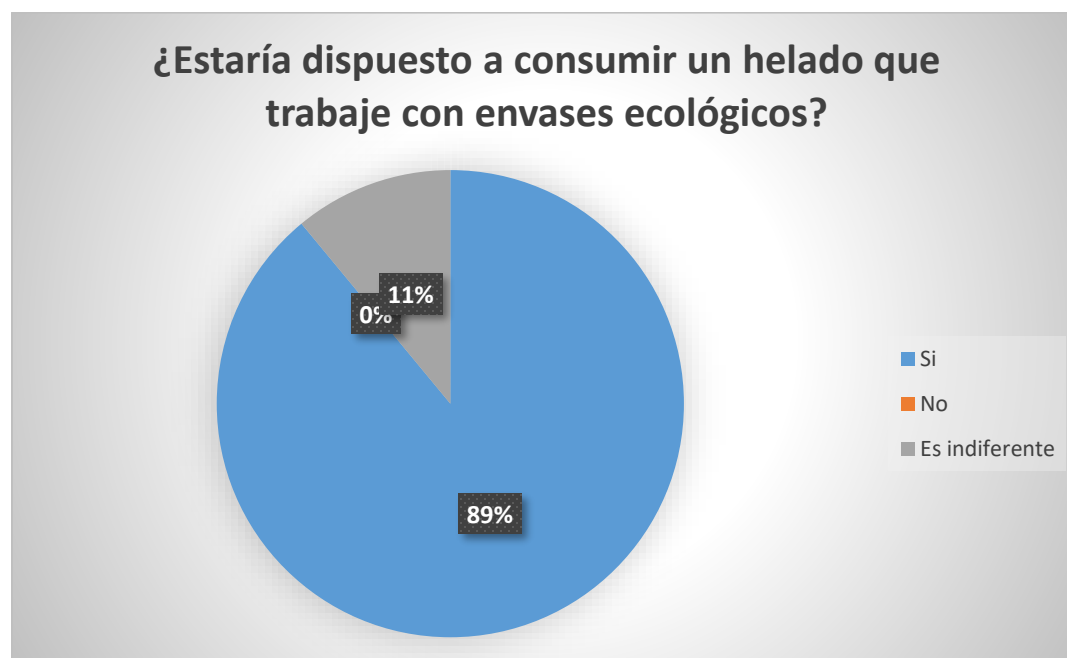
Tabla 13 Detalle Pregunta 10

Indicadores	Total, de personas encuestadas	Porcentaje
Si	338	89%
No	0	0%
Es indiferente	45	11%
Total	383	100%

Elaborado por: Malena Rivera Nole

Fuente: Encuesta aplicada a muestra de población de Manta

Figura 12 Resultados Pregunta 10



Elaborado por: Malena Rivera Nole

Fuente: Encuesta aplicada a muestra de población de Manta

Análisis Pregunta 10

La respuesta de mayor ponderación en esta pregunta trata sobre la aceptación de consumir el helado en un envase ecológico que está en un 89% y 11% es indiferente el consumo en este tipo de envases, lo que hace viable la venta del producto en este tipo de envases que aparte de ayudar ambientalmente generara confianza en las personas que desconocen los beneficios de consumir un helado en un envase que su biodegradación sea en menos tiempo y exista menos contaminación en la sociedad.

CAPÍTULO IV DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

4.1. Características del producto

Componentes

El producto ICEBOOM tiene los siguientes componentes:

- Envases ecológicos y minicucharas hechas a base de fibras de madera y fundas hechas a base de almidón de maíz todo se adquiere de modo externo con proveedores
- Helado hecho a base de leche entera sin azúcar y yogurt natural sin azúcar, pero se endulzará con azúcar de coco un producto que es saludable para todo tipo de personas hasta las personas que sufren diabetes, además se eso se agregarán aderezos saludables como por ejemplo el uso de pasas, granola, quinua.

Descomposición del producto

Figura 13 Descomposición del producto



Elaborado por: Malena Rivera Nole

Proceso de fabricación del producto

- Primero, se contacta a los proveedores de la materia prima que se usara para la elaboración del helado, además de los materiales respectivos para su presentación final.
- Se llevará la leche, el yogurt, la azúcar de coco y el espesante a el proceso de transformación, y luego se procesará para permitir obtener el producto final.
- Finamente se almacenará la mezcla de los ingredientes que será en tachos a el congelador para que cuente con una temperatura adecuada para luego ser administrado en la máquina de helados y así pueda ser distribuido a los clientes en función de sus requerimientos.

CAPÍTULO V ESTUDIO TÉCNICO

5.1 Descripción de las características de localización del negocio

Es de gran importancia poder determinar la localización del negocio, pues la ubicación juega un papel esencial para poder desarrollar la actividad, en este caso se expone tanto la macro localización y la micro localización, destacando así las fortalezas de producción, distribución y comercialización mediante factores concluyentes para tomar una decisión.

5.1.1 Macro localización

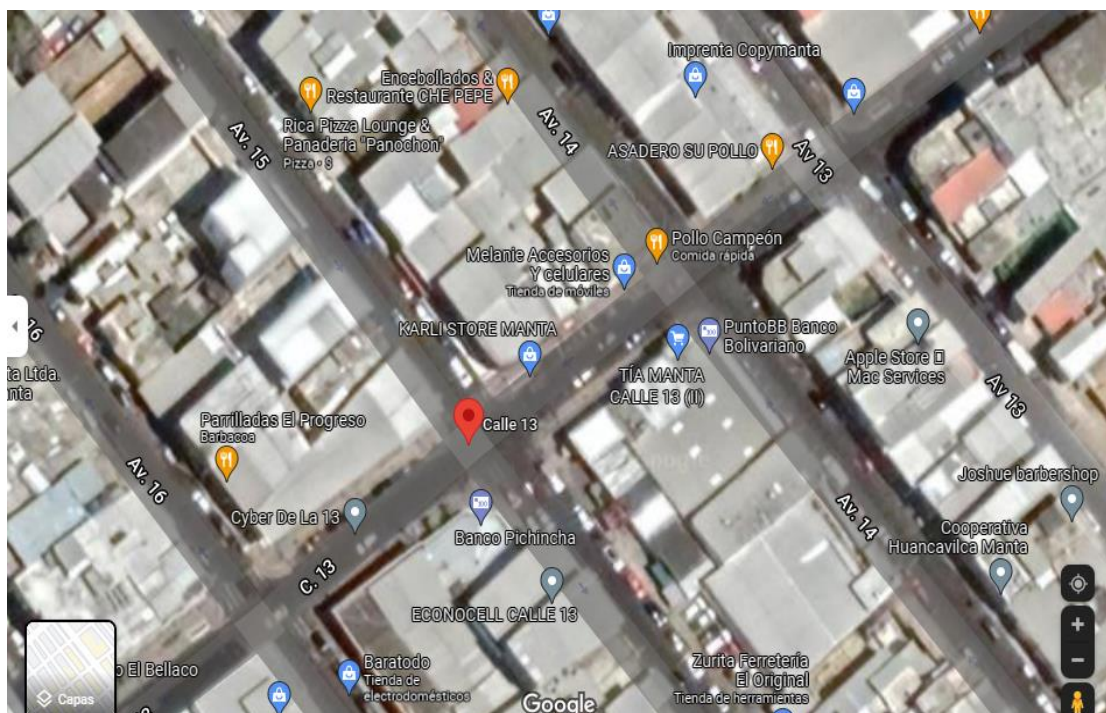
Por la delimitación del proyecto, la macro localización será en Manta, ciudad de la provincia de Manabí, una zona geográfica que cuenta con una grande población es una ciudad muy turística y comercial. Manta es una ciudad llena de oportunidades y pocas veces son explotadas somos muy afortunados de estar en zona costera con el océano pacifico, por eso la propuesta presente se direcciona a la creación de la microempresa dedicada a la venta de helados saludables en presentaciones de diferentes tamaños; estableciendo la matriz principal en Manta con la intención de lograr crecimiento para generar más fuente de trabajo en distintas partes de Ecuador.

5.1.1 Micro Localización

La micro localización se establece mediante una decisión previamente realizada, es por lo que también toma en cuenta factores importantes como:

- Costo del arriendo del local
- Seguridad en el área, disponibilidad de los servicios básicos y vías terrestres
- Zona transitada por gran parte de la población Mantense

Figura 14 Ubicación geográfica de la Micro Localización

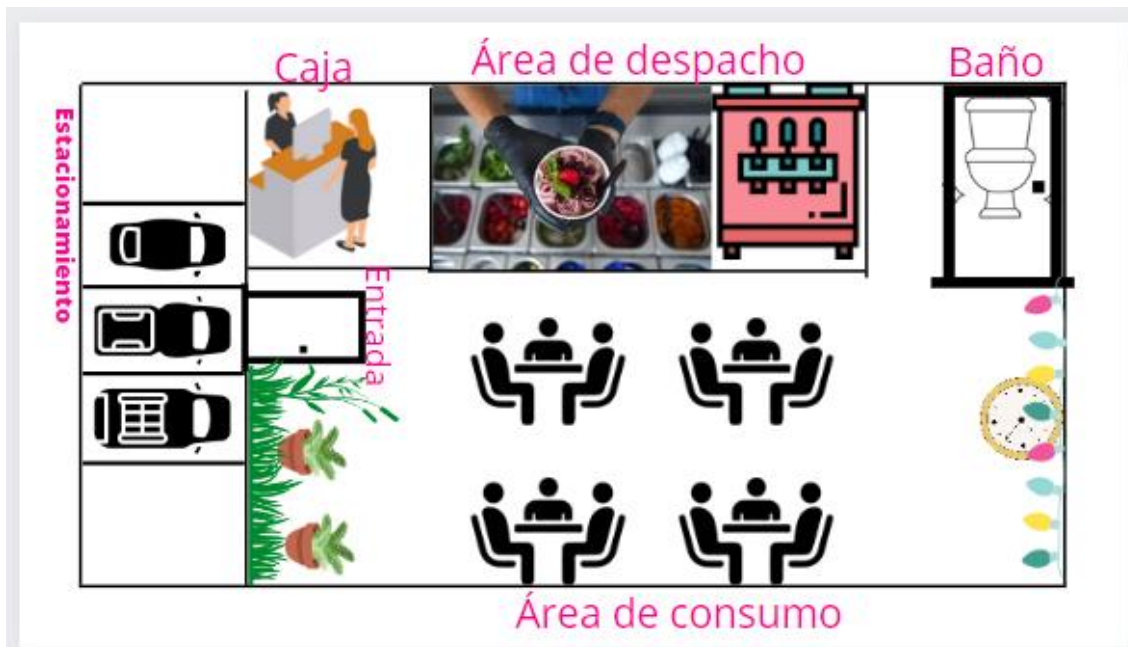


Fuente: (GoogleMaps50, 2022)

5.2 Realización de un bosquejo del área de trabajo

Se realiza un bosquejo de manera inicial de actividades y de las áreas al transcurrir la puesta en marcha este puede variar de diseño y postura ya que como se alquilará un local varía mucho del tamaño. La microempresa dedicada a la venta de helados en diferentes presentaciones, ICEBOOM HELADERIA, contará con un local adecuado donde se lleve un correcto control de higiene y sobre todos los procesos para que el personal desempeñe sus actividades con responsabilidad. La ocupación física de la maquinaria y equipos estará adaptado a las condiciones del diseño, también se tomará en cuenta la hora de entrada del personal y salida, aunque esta variará dependiendo los días de más circulación. Entre otros lineamientos esta la adquisición de la materia prima, y la salida de producto; a continuación, se presenta un bosquejo de ICEBOOM HELADERIA:

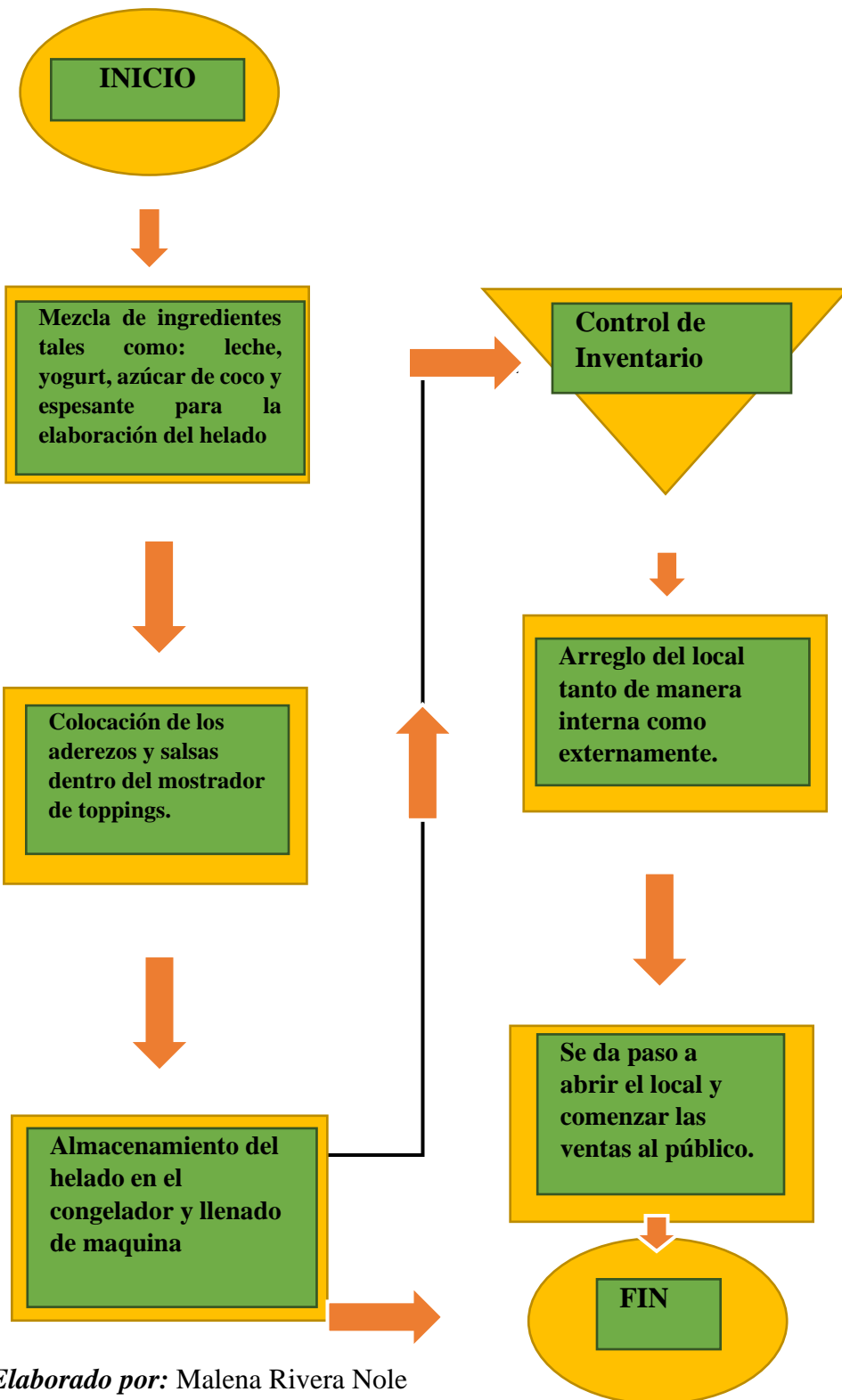
Figura 15 Bosquejo del área de trabajo



Elaborado por: Malena Rivera Nole

5.3 Diagrama de procesos

Figura 16 Diagrama del proceso de producción



Elaborado por: Malena Rivera Nole

5.4 Capacidad de producción

A partir de conocer el proceso de producción, se estima una producción diaria de 210 unidades de helados ICEBOOM, listos para su comercialización según corresponda a los pedidos de demanda. En la siguiente tabla, se explica el detalle de capacidad de producción donde se determina la realización de 64 litros de preparado en baldes de 20 litros que producirán alrededor de 50 helados en un tiempo de 30 minutos.

Tabla 14 Detalle referente a la capacidad de producción

BALDE/S	LITRO/S	BANDEJA/S	HELADOS	TIEMPO
1	20	8oz	110	30 mint
1	20	12oz	57	30 mint
1	20	16oz	42	30 mint
TOTAL	60	4	209	1 hora

Elaborado por: Malena Rivera Nole

Esta proyección está sujeta a cambios una vez puesta en marcha, pues dependiendo de la capacidad de venta se identifica nuevas oportunidades de crecimiento, sin embargo, es la referencia para el emprendimiento; cabe recalcar que se estima un crecimiento anual de producción de un 5%, que va equilibrada con el aumento porcentual anual de 5% al precio de venta. La producción se basa en 8 horas de trabajo, de martes a domingo (6 días), dentro del horario laboral. En caso de sucesos eventuales, existe la posibilidad de producir helados alargando la jornada laboral. El tiempo de producción total es 7 horas, el tiempo restante de 1 hora se dividirá en 2 partes de 30 minutos, para limpieza antes y después de producir con eso se completaría la jornada laboral. Adicional, con saber la producción diaria, se puede calcular la producción semanal, mensual y anual.

Tabla 15 Cuantificación de unidades producidas en escala de tiempo

P. DIARIA	P. SEMANAL	P. MENSUAL	P. ANUAL
209	1.254	5.000	60.000

Elaborado por: Malena Rivera Nole

Cabe destacar que, al momento de realizar la producción, tal como se denota en el flujo de proceso, no hay una sola actividad también el mostrador de aderezos y salsas se mantendrá con alta revisión de calidad para que ambas actividades estén de la mano. Los puntos críticos de controles de calidad son:

- Revisión de la materia prima y materiales
- Adquisición de la materia prima y materiales
- Higiene del personal operario
- Aseo del local, vitrina

5.5 Listado de máquinas, equipos, herramientas y utensilios

Tabla 16 Listado de máquinas y equipos

PRODUCTO	CANTIDAD	TOTAL
MAQUINA DE HELADO	1	\$2.400,00
CONGELADOR	1	\$500,00
LICUADORA	1	\$105,00
MAQUINA DE DERRETIR	1	\$16,00
AIRE ACONDICONADO	1	\$350,00
CAJA REGISTRADORA	1	\$400,00
MUEBLES DE OFICINA	1	\$640,00
TOTAL		\$4.411,00

Elaborado por: Malena Rivera Nole

Fuentes: Almacenes y empresas del país

Tabla 17 Listado de herramientas y utensilios

MATERIALES	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
	ES		
LEGUMBRERA	1	13,80	13,80
TACHO FORTE 106 LT GRANDE	1	30,75	30,75
CUCHILLO GRANDE	2	3,10	6,20
CUCHILLO PEQUEÑO	2	1,65	3,30
BALDE LIDER GRANDE 20 LITROS	12	10,00	120,00
TACHO LIMPIEZA FREGADOR	2	0,60	1,20
CUCHARONES DE ACERO	12	2,00	2,00
INOXIDABLE			
RECOGEDOR BASURA	2	2,00	4,00
TRAPEADOR	2	3,00	6,00
ESCOBA	2	3,00	6,00
TRAPOS LIMPIAR MESAS	4	0,85	3,40
ENVASE ROCIADOR ATOMIZADOR	2	1,25	2,50
BATIDORAS ALUMINIO GRANDE	2	2,15	4,30
BATIDORAS ALUMINIO PEQUEÑO	2	1,35	2,70
PALETA SILICON	2	3,55	7,10
POMO PLASTICO #2 (ESPEZANTE)	2	0,80	1,60
POMO PLASTICO #3 (GOMITAS)	6	0,90	5,40
TABLA DE PICAR	2	3,45	6,90
BASURERO TRASH 7LT	2	3,10	6,20
ENVASES PARA SALSA	4	1,10	4,40
TOTAL			\$237,75

Elaborado por: Malena Rivera Nole

Fuente: Almacén PlastiLópez de Manta

5.6 Cálculo de los materiales y materia prima utilizar en el proceso productivo

Tabla 18 Detalle de cálculo de los materiales y materia prima

Cálculo de materiales y materia prima	Costo por día de producción
Leche	35,52
Yogurt	47,52
Espesante	0,85
Frutas	7,50
Envases 8oz	6,00
Envases 12oz	5,34
Envases 16oz	5,10
TOTAL	\$107,83

Elaborado por: Malena Rivera Nole

Fuente: Referencias del mercado

Este cálculo de materiales y materia prima a utilizar en el proceso productivo es relacionado a un (1) día de producción planificada, para realizar 209 helados de diferentes tamaños.

5.7 Listado de los proveedores

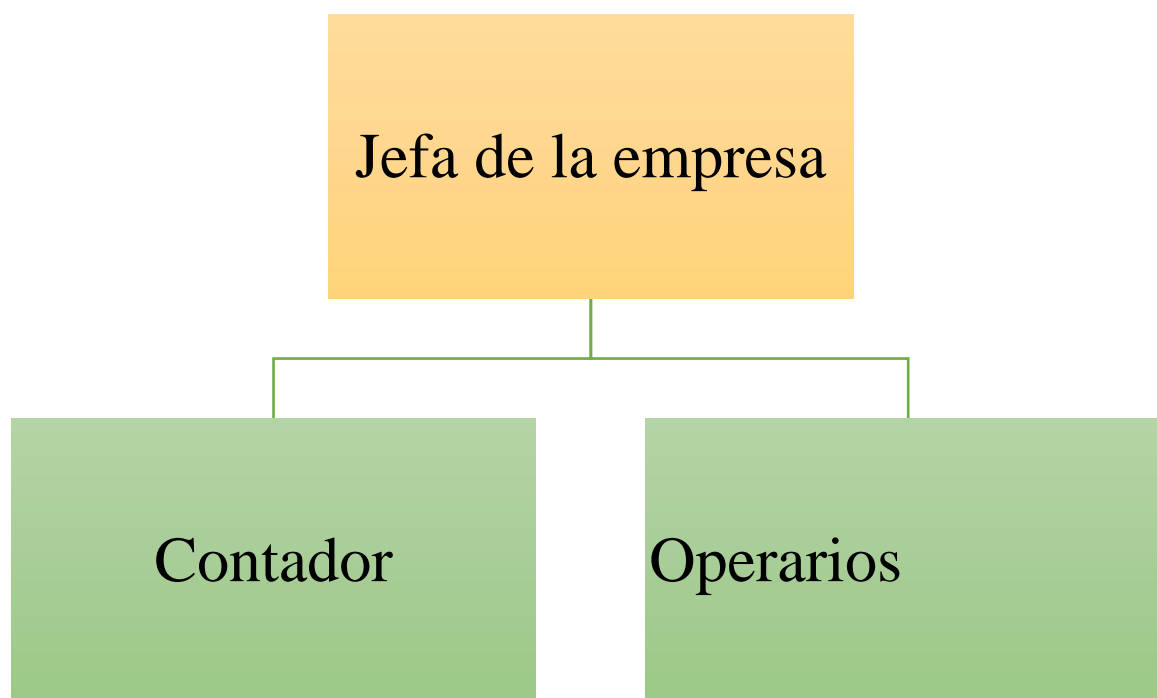
- La Fabril
- Mercado de Frutas
- Comisariato
- Jaleas Snob Ecuador
- Dreampack (Group)
- Biodegradables Ecuador
- Comblanc
- Organic Shop_EC

CAPÍTULO VI ESTUDIO ORGANIZACIONAL

6.1 Organigrama Estructural y Funcional

El organigrama estructural funcional es un instrumento que permite determinar la forma en que está organizada como institución para cumplir con su misión, visión y objetivos, así como las relaciones de subordinación, supervisión y coordinación de cada departamento, además de la labor de cada uno de ellos. El organigrama estructural y funcional de ICEBOOM está dado de la siguiente manera:

Figura 17 Organigrama Estructural y Funcional ICEBOOM



Elaborado por: Malena Rivera Nole

6.2 Funciones según las responsabilidades de cada persona

Se puede destacar de que para ocupar determinado puesto se deben contratar personas que cumplan con el perfil para dicho puesto. A continuación, se detalla las responsabilidades de cada puesto dentro de ICEBOOM HELADERIA:

Tabla 19 Responsabilidades y parámetros de cada puesto

Puesto	Requisitos	Personal a su cargo	Funciones y responsabilidades
Gerente	Capacidad analítica, liderazgo, ética profesional, valores empresariales. Contar con título de tercer nivel en Carreras Administrativas	Todo el personal de la empresa	Administrar los recursos, planificar, organizar, controlar, y dirigir los procesos internos, evaluar para así tomar decisiones de mejora.
Contador	Experiencia ágil, en determinar si los estados de cuentas o registros de la empresa cumplen las normas contables vigentes, ayudar a prevenir y a alertar sobre déficits, falta de solvencia, liquidez, entre otros. Contar con su título en Contabilidad y Auditoría.		Atender las inquietudes que se presenten, revisar todo el material para llevar un control interno y externo con exactitud

Operarios	Experiencia en labores bajo presión, trabajo en equipo, honesto/a, responsable y puntual. Mínimo bachillerato	-	Responsable del proceso productivo y distributivo de ICEBOOM, responsable del manejo de máquinas, utensilios, materiales e higiene del local.
------------------	---	---	---

Elaborado por: Malena Rivera Nole

6.3 Previsión de RRHH

Tabla 20 Provisión-Nómina Personal

ROL DE PAGO DE HELADERIA AÑO 2022											
No	CARGO	SUELDO (\$)	RECARGOS LEGALES							Total, de recargos legales	SUELDOS PARA PAGAR
			Aporte Patronal 11,15%	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Fondo De Reserva	Vacaciones				
1	GERENTE	\$ 450,00	\$ 50,18	\$ 37,50	\$ 35,42	\$ 37,49	\$ 12,50	\$ 173,08	\$ 623,08		
1	CONTADOR	\$ 425,00	\$ 47,39	\$ 35,42	\$ 35,42	\$ 35,40	\$ 11,81	\$ 165,43	\$ 590,43		
1	OPERARIO 1	\$ 425,00	\$ 47,39	\$ 35,42	\$ 35,42	\$ 35,40	\$ 11,81	\$ 165,43	\$ 590,43		
1	OPERARIO2	\$ 425,00	\$ 47,39	\$ 35,42	\$ 35,42	\$ 35,40	\$ 11,81	\$ 165,43	\$ 590,43		
Total		\$ 1.725,00	\$ 144,95	\$ 108,33	\$ 106,25	\$ 108,29	\$ 36,11	\$ 503,93	\$ 1.803,93		

Elaborado por: Malena Rivera Nole

CAPÍTULO VII ESTUDIO LEGAL Y SOCIETARIO

7.1 Marco legal

Como marco legal, la microempresa ICEBOOM, se constituirá bajo las leyes que debe estar sujeta y de la misma manera medir el cumplimiento.

Se citan las siguientes leyes como:

- Constitución de la Republica del Ecuador
- Ley de Compañías
- Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones COPCI
- Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno
- Ley de gestión ambiental
- Ley del Registro Único de Contribuyentes

7.2 Requisitos para su legitimidad

Requisitos Obligatorios:

- Reserva de denominación (ver trámite en línea Reserva de Denominación).
- Acto o contrato constitutivos.
- Nombramiento(s) de Representante Legal.
- Petición de inscripción con la información necesaria para el registro del usuario en el sistema, esto es: Tipo de solicitante, Nombre completo, Número de identificación, Correo electrónico, Teléfono convencional y/o teléfono celular, Provincia, Ciudad, Dirección, Copia(s) de cédula o pasaporte. (Gob.ec, s.f.)

Sociedad Anónima Simplificada

La sociedad por acciones simplificadas es un tipo de compañía que se constituye por una o varias personas naturales o jurídicas, mediante un trámite simplificado sin costo. Tiene como objetivo impulsar la economía mediante la formalización de los emprendimientos, constituyéndose en sujetos de crédito y con ello ampliar sus procesos productivos.

Estas compañías se constituyen ante la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, no ante Registro Mercantil, como los otros tipos de compañías. Puede tener uno o más accionistas, y no tiene capital mínimo requerido. Se puede dedicar a cualquier actividad mercantil, excepto aquellas actividades que están reguladas por una legislación específica, por ejemplo: seguros, mercado de valores, medicina prepagada, etc. (Gob.ec, s.f.)

(Ecuador Auditores y Asesores Gerenciales, s.f.) especifica que después del 28 de febrero del 2020 entró en Ecuador la nueva Ley de Emprendimiento e Innovación. Esta ley forma un progreso inmensamente significativo en la legislación ecuatoriana y va acompañada de la implementación de una serie de nuevas regulaciones en el campo de la promoción en este país, y por supuesto la creación de las S.A.S. Al contrario de otro tipo de compañías, crear una S.A.S es un proceso más abreviado para formación de una compañía. Finalmente tiene como objetivo impulsar la economía mediante la formalización de los emprendimientos, constituyéndolos en sujetos de crédito y con ello ampliar sus procesos productivos.

No es necesario tener varios accionistas para abrir una empresa S.A.S, ya que en este tipo de sociedades con un participante es suficiente a diferencia de las anónimas y limitadas donde se requiere de al menos 2 personas. Las compañías S.A.S no tienen un capital mínimo como

las anónimas que es del \$800. La sociedad por acciones simplificada es una sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre mercantil, independiente de sus actividades operacionales. Cabe destacar que este tipo de compañías no tiene límite de accionistas fundadores es decir puede ser solo uno. La representación legal recae sobre una persona y no es necesario la figura de Gerente General como las sociedades limitadas y anónimas establecido en la Ley de Compañías. Como ventajas existen que tienen absoluto control económico y político de la sociedad, posibilidad de pagar el capital suscrito hasta dos años luego de constituida y cuentan con responsabilidad limitada del accionista. (Ecuador, s.f.)

CAPÍTULO VIII ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

8.1 Costo unitario de producción

Tabla 21 Detalle costo unitario de producción

Helado pequeño \$1					
Productos	Unidad de Medida	de	Cantidad	Precio Unitario	Costo Total
ENVASES PLASTRO	Paquete		15	\$3,00	\$45,00
SERVILLETAS	Paquete		2	\$5,00	\$10,00
CUCHARAS	Paquete		15	\$0,28	\$4,20
JALEAS SNOB	Paquete		4	\$3,44	\$13,76
FRUTAS	Libras		20	\$2,50	\$50,00
ESPEZANTE	cucharadas		2	\$0,85	\$1,70
AZUCAR DE COCO	Libras		15	\$5,00	\$75,00
LECHE	Litros		120	\$0,74	\$88,80
YOGURT	Litros		120	\$0,99	\$118,80
Total, C.P					\$407,26
Porciones					1500
C.U. P					\$0,55

Elaborado por: Malena Rivera Nole

Tabla 22 Detalle costo unitario de producción

Helado mediano \$2					
Productos	Unidad	de	Cantidad	Precio	Costo Total
	Medida			Unitario	
ENVASES PLASTRO	Paquete		80	\$1,78	\$142,40
SERVILLETAS	Paquete		2	\$5,00	\$10,00
CUCHARAS	Paquete		20	\$0,28	\$5,60
JALEAS SNOB	Paquete		8	\$13,76	\$110,08
GOMITAS COMBLANC	Gramos		2	\$30,00	\$60,00
FRUTAS	Libras		25	\$2,50	\$62,50
LECHE CONDESADA	Frasco		2	\$5,00	\$10,00
TACHO	DE	Tachos	2	\$20,00	\$40,00
CHOCOLATE					
ESPEZANTE	Libras		2	\$0,85	\$1,70
AZUCAR DE COCO	Litros		44	\$5,00	\$220,00
LECHE	Litros		352	\$0,74	\$260,48
YOGURT	Litros		352	\$0,99	\$348,48
Total, C.P					\$1.271,24
Porciones					2500
C.U. P					\$0,89

Elaborado por: Malena Rivera Nole

Tabla 23 Detalle costo unitario de producción

Helado grande \$3					
Productos	Unidad de Medida	de	Cantidad	Precio Unitario	Costo Total
ENVASES PLASTRO	Paquete		40	2,55	\$102,00
SERVILLETAS	Paquete		1	5,00	\$5,00
CUCHARAS	Paquete		10	0,28	\$2,80
JALEAS SNOB	Gramos		6	3,44	\$20,64
GOMITAS COMBLANC	Paquetes		3	30,00	\$90,00
TACHOS DE CHOCOLATE	Tachos		2	20,00	\$40,00
TACHOS DE CHOCOLATE	Tachos		2	20,00	\$40,00
LECHE CONDESADA	Frasco		6	5,00	\$30,00
FRUTAS	Libras		30	2,50	\$75,00
FRUTOS SECOS	Libras		30	2,50	\$75,00
ESPEZANTE	Libras		2	0,85	\$1,70
AZUCAR DE COCO	Litros		22	5,00	\$110,00
LECHE	Litros		184	\$0,74	\$136,16
YOGURT	Litros		184	\$0,99	\$182,16
Total, C.P					\$910,46
Porciones					1000
C.U.P					\$1,87

Elaborado por: Malena Rivera Nole

Confirmada la cantidad de helados que se producirán mensualmente y los costos totales, se determina que el costo unitario por producción por helado es de:

Tabla 24 Costo unitario de producción

Presentaciones	Costo unitario de producción
Helado pequeño	\$0,55
Helado mediano	\$0,89
Helado grande	\$1,87

Elaborado por: Malena Rivera Nole

8.2. PROYECCIÓN DE VENTAS

Para determinar la proyección de las ventas, que se estiman para la empresa, en este caso además de la estrategia comercial que se utilice para poder llegar a gran escala y poder cumplir los pedidos que se plantean. A partir de esto cabe destacar que la estrategia de nuestra microempresa “ICE BOOM”, en lo que corresponde al crecimiento de ventas, se sugiere un aumento de producción en un 5%, de esta forma se mejora continuamente la capacidad de producción, maximiza la presencia en el mercado y se desarrolla una marca potencial en el mercado haciéndola rentable a largo plazo.

Tabla 25 Detalle de la proyección de venta en unidades

UNIDADES VENDIDAS											
		2022		2023 (5%)		2024 (5%)		2025 (5%)		2026 (5%)	
PRECIO	PRESENTACION	MES	AÑO	MES	AÑO	MES	AÑO	MES	AÑO	MES	AÑO
UNITARIO											
\$1,00	ENVASE DE 8 OZ	1500	18000	1575	18900	1654	19845	1736	20837	1823	21879
\$2,00	ENVASE DE 12 OZ	2500	30000	2625	31500	2756	33075	2894	34729	3039	36465
\$3,00	ENVASE DE 16 OZ	1000	12000	1050	12600	1103	13230	1158	13892	1216	14586
TOTAL		5000	60000	5250	63000	5513	66150	5788	69458	6078	72930

Elaborado por: Malena Rivera Nole

Tabla 26 Detalle de la proyección de venta en dólares

UNIDADES VENDIDAS EN DOLARES (\$)											
		2022		2023 (5%)		2024 (5%)		2025 (5%)		2026 (5%)	
PRECIO	PRESENTACIÓN	MES	AÑO	MES	AÑO	MES	AÑO	MES	AÑO	MES	AÑO
UNITARIO											
\$1,00	ENVASE DE 8 OZ	\$1.500,00	\$18.000,00	\$1.575,00	\$18.900,00	\$1.653,75	\$19.845,00	\$1.736,44	\$20.837,25	\$1.823,26	\$21.879,11
\$2,00	ENVASE DE 12 OZ	\$5.000,00	\$60.000,00	\$5.250,00	\$63.000,00	\$5.512,50	\$66.150,00	\$5.788,13	\$69.457,50	\$6.077,53	\$72.930,38
\$3,00	ENVASE DE 16 OZ	\$3.000,00	\$36.000,00	\$3.150,00	\$37.800,00	\$3.307,50	\$39.690,00	\$3.472,88	\$41.674,50	\$3.646,52	\$43.758,23
TOTAL		\$9.500,00	\$114.000,00	\$9.975,00	\$119.700,00	\$10.473,75	\$125.685,00	\$10.997,44	\$131.969,25	\$11.547,31	\$138.567,71

Elaborado por: Malena Rivera Nole

8.3 Plan de Inversión

Para determinar el plan de inversión se toma en cuenta 3 parámetros: Activos Fijos, Activos Diferidos y Capital de Trabajo. A continuación, el detalle de los Activos Fijos, que son aquellos indispensables para el funcionamiento de la compañía, corresponden al patrimonio de la empresa.

Tabla 27 Detalle de Activos Fijos

CUENTA	VALOR
Maquinaria y equipo	\$3.021,00
Muebles y equipo de oficina	\$990,00
Equipo de Computación	\$400,00
TOTAL	\$4.411,00

Elaborado por: Malena Rivera Nole

En la siguiente tabla presenta los activos diferidos, que se estipulan a través del tiempo son aquellas obligaciones que se requieren para adquirir documentos hábiles y cometidos para el desarrollo e iniciación del negocio supervisado por entes de control.

Tabla 28 Detalle de Activos Diferidos

DETALLE ACTIVO DIFERIDO	
Gastos Legales y de Constitución	VALOR
Servicios notariales	\$130,00
Capital de constitución	\$1.400,00
Permiso del Cuerpo de Bomberos	\$35,00
Permiso funcionamiento Municipal	\$50,00

Patente Municipal	\$60,00
Publicación en prensa	\$35,00
Gastos de adecuación	\$95,00
Registro de IEPI (Instituto de Propiedad Intelectual)	\$425,00
TOTAL	\$2.230,00

Elaborado por: Malena Rivera Nole

Adicional al detalle del capital de trabajo, recurso financiero a disposición para ejecutar la actividad comercial. Se establece su cálculo de forma anual y se identifica una tranquilidad estratégica.

*Tabla 29*Detalle del Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
Detalle	TOTAL, ANUAL 2022
Materia Prima	\$ 29.722,00
Mano de Obra Directa	\$ 875,00
Mantenimiento	\$ 420,00
Servicios básicos	\$ 960,00
Sueldos Administrativos	\$ 850,00
Arriendo	\$ 500,00
Gastos de venta	\$ 2.040,00
TOTAL, DE CAPITAL DE TRABAJO	\$ 35.367,00

Elaborado por: Malena Rivera Nole

Con la referencia de esta información, se resume el plan de inversión que requiere ICEBOOM, en la siguiente tabla:

Tabla 30 Resumen Plan de Inversión

PLAN DE INVERSIÓN		
INVERSION	VALOR	REPRESENTACION
		EN %
Activo fijo	\$4.411,00	11%
Activos diferidos	\$2.230,00	5%
Capital de trabajo	\$35.367,00	84%
TOTAL	\$42.008,00	100%

Elaborado por: Malena Rivera Nole

8.4 Líneas de financiamiento

La línea de financiamiento es mixta, en una conformación de capital propio y un crédito de financiamiento:

Tabla 31 Composición de Capital

DETALLE	VALOR	%
Aporte Inversionista-Capital Propio	\$ 12.008,00	29%
Financiamiento		71%
	\$30.000,00	
TOTAL		100%
	\$42.008,00	

Elaborado por: Malena Rivera Nole

A continuación, se presenta el detalle del Capital propio:

Tabla 32 Capital Social

No. SOCIOS	VALOR	%
SOCIO 1	\$ 6.008,00	50%
SOCIO 2	\$ 6.000,00	50%
TOTAL, CAPITAL SOCIAL	\$ 12.008,00	100%

Elaborado por: Malena Rivera Nole

El crédito se realizará en el banco BanEcuador, pues se ajusta a una tasa muy baja en comparación de la Banca Privada y hace factible la propuesta del proyecto. A continuación, datos y la tabla de amortización del crédito de financiamiento:

Tabla 33 Datos del crédito

Monto	\$ 30.000,00
Tasa de interés	\$9,76%
Plazo	3años
Fecha de Inicio	1/01/2022
Amortización	Anual
Forma	Francesa
Entidad	BanEcuador

Elaborado por: Malena Rivera Nole

Tabla 34 Amortización del crédito

Tabla de Amortización				
Cuota No.	Capital	Interés	Cuota	Saldo de deuda
0				30.000,00
1	9.084,51	2.928,00	12.012,51	20.915,49
2	9.971,15	2.041,35	12.012,51	10.944,34
3	10.944,34	1.068,17	12.012,51	0.00
TOTAL	30.000,00			

Elaborado por: Malena Rivera Nole

8.5 Flujo de caja proyectado (5 años)

Toda información financiera proyectada se basa a los datos presupuestales de costos, gastos e ingresos. Se proyecta con la tasa de inflación de 0,18% registrada por el (Vera, 2021) en su Boletín Técnico de IPC correspondiente al mes de marzo del año 2021.

Tabla 35 Flujo de Caja Proyectado 5 años

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
	<i>Inversión Inicial</i>	<i>Año 2022</i>	<i>Año 2023</i>	<i>Año 2024</i>	<i>Año 2025</i>	<i>Año 2026</i>
		<i>ANUAL</i>	<i>ANUAL</i>	<i>ANUAL</i>	<i>ANUAL</i>	<i>ANUAL</i>
INGRESOS						
Saldo anterior	\$ 42.008,00					
Ventas Total		\$114.000,00	\$119.700,00	\$125.685,00	\$131.969,25	\$138.567,71
HELADO DE \$1		\$18.000,00	\$18.900,00	\$19.845,00	\$20.837,25	\$21.879,11
HELADO DE \$2		\$60.000,00	\$63.000,00	\$66.150,00	\$69.457,50	\$72.930,38
HELADO DE \$3		\$36.000,00	\$37.800,00	\$39.690,00	\$41.674,50	\$43.758,23
venta al contado		\$114.000,00	\$119.700,00	\$125.685,00	\$131.969,25	\$138.567,71
Inversión (Socios)	\$ 12.008					
Ingresos no operacionales (Préstamo)	\$4.411,00					
Ingresos no operacionales (Préstamo)	\$35.367,08					

Total, de Ingresos	\$93.794,08	\$114.000,00	\$119.700,00	\$125.685,00	\$131.969,25	\$138.567,71
EGRESOS						
Costo de materia prima (Variables)						
Helado de \$1		\$4.176,72	\$4.385,56	\$4.604,83	\$4.835,08	\$5.076,83
Helado de \$2		\$13.358,88	\$14.026,82	\$14.728,17	\$15.464,57	\$16.237,80
Helado de \$3		\$9.607,92	\$10.088,32	\$10.592,73	\$11.122,37	\$11.678,49
Costo (Fijos)						
Costos		\$27.660,00	\$27.708,00	\$27.758,40	\$27.811,32	\$27.866,89
Gastos Administrativos y de Ventas		\$2.460,00	\$2.460,00	\$2.460,00	\$2.460,00	\$2.460,00
Materiales Indirectos		\$3.924,00	\$4.120,20	\$4.326,21	\$4.542,52	\$4.769,65
Depreciación		\$3.878,02	\$3.345,04	\$2.812,06	\$2.279,08	\$1.746,10
Pago de Préstamo		\$12.012,51	\$12.012,50	\$12.012,51	\$0,00	\$0,00
Total, de gastos	\$0,00	\$77.078,05	\$78.146,44	\$79.294,91	\$68.514,94	\$69.835,75
FLUJO NETO	\$93.794,08	\$36.921,95	\$41.553,56	\$46.390,09	\$63.454,31	\$68.731,96
Saldo final	\$93.794,08	\$36.921,95	\$41.553,56	\$46.390,09	\$63.454,31	\$68.731,96
Flujo de Caja Acumulado		\$36.921,95	\$78.475,51	\$124.865,60	\$188.319,92	\$257.051,88

Elaborado por: Malena Rivera Nole

8.6 Estado de resultados proyectados (5 años)

Tabla 36 Estado de Resultado Proyectado 5 años

ESTADO DE RESULTADO					
Cuenta	2022	2023	2024	2025	2026
Ingresos					
Ventas	\$114.000,00	\$119.700,00	\$125.685,00	\$131.969,25	\$138.567,71
Total, de Ingresos	\$114.000,00	\$119.700,00	\$125.685,00	\$131.969,25	\$138.567,71
(-) Costos fijos	-\$27.660,00	-\$27.708,00	-\$27.758,40	-\$27.811,32	-\$27.866,89
(-) Costos variable	-\$29.722,08	-\$31.208,18	-\$32.768,59	-\$34.407,02	-\$36.127,37
Total, de Egresos	-\$57.382,08	-\$58.916,18	-\$60.526,99	-\$62.218,34	-\$63.994,26
Utilidad bruta	\$56.617,92	\$60.783,82	\$65.158,01	\$69.750,91	\$74.573,45
(-) Gatos financieros	\$2.928,00	\$2.041,35	\$1.068,17	\$0,00	\$0,00
Utilidad antes de participaciones	\$59.545,92	\$62.825,17	\$66.226,18	\$69.750,91	\$74.573,45
(-) 15% participación de utilidades	-\$8.931,89	-\$9.423,77	-\$9.933,93	-\$10.462,64	-\$11.186,02
Utilidad Antes De Impuestos De La Renta	\$50.614,03	\$53.401,39	\$56.292,25	\$59.288,27	\$63.387,43
(-) 25% de impuestos a la renta	-\$12.653,51	-\$13.350,35	-\$14.073,06	-\$14.822,07	-\$15.846,86
UTILIDAD NETA	\$37.960,52	\$40.051,04	\$42.219,19	\$44.466,20	\$47.540,58

Elaborado por: Malena Rivera Nole

8.7 Estado de situación financiera proyectado (5 años)

Tabla 37 Estado de Situación Financiera 5 años

HELADERIA						
<i>Al 31 de diciembre del 2022</i>						
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA						
0						
ACTIVO		2022	2023	2024	2025	2026
Activo Corriente						
CAJA	\$42.008,00	\$114.000,00	\$119.700,00	\$125.685,00	\$131.969,25	\$138.567,71
Total, Activo Corriente	\$42.008,00	\$114.000,00	\$119.700,00	\$125.685,00	\$131.969,25	\$138.567,71
Activo no corriente						
CONGELADOR	\$500,00	\$455,00	\$410,00	\$365,00	\$320,00	\$275,00
(DEPRECIACION DE CONGELADOR)		\$45,00	\$45,00	\$45,00	\$45,00	\$45,00
MAQUINA DE HELADO	\$2.400,00	\$2.184,00	\$1.968,00	\$1.752,00	\$1.536,00	\$1.320,00
(DEPRECIACION DE LA MAQUINA DE HELADO)		\$216,00	\$216,00	\$216,00	\$216,00	\$216,00
EQUIPO DE OFICINA	\$350,00	\$287,00	\$224,00	\$161,00	\$98,00	\$35,00
(DEPRECIACION DE EQUIPO DE OFICINA)		\$63,00	\$63,00	\$63,00	\$63,00	\$63,00

CAJA REGISTRADORA	\$400,00	\$328,00	\$256,00	\$184,00	\$112,00	\$40,00
(DEPRECIACION DE CAJA REGISTRADORA)		\$72,00	\$72,00	\$72,00	\$72,00	\$72,00
LICUADORA	\$105,00	\$86,10	\$67,20	\$48,30	\$29,40	\$10,50
(DEPRECIACION DE LICUADORA)		\$18,90	\$18,90	\$18,90	\$18,90	\$18,90
MAQUINA DE DERRETIR HELADO	\$16,00	\$13,12	\$10,24	\$7,36	\$4,48	\$1,60
(DEPRECIACION DERRETIDOR DE HELADO)		\$2,88	\$2,88	\$2,88	\$2,88	\$2,88
MUEBLES DE OFICINA	\$640,00	\$524,80	\$409,60	\$294,40	\$179,20	\$64,00
(DEPRECIACION DE MUEBLES DE OFICINA)		\$115,20	\$115,20	\$115,20	\$115,20	\$115,20
Total, Activo no corriente	\$4.411,00	\$3.345,04	\$2.812,06	\$2.279,08	\$1.746,10	\$1.213,12
Activo Diferido						
Gastos legales y de constitución	\$2.230,00	\$2.230,00	\$2.230,00	\$2.230,00	\$2.230,00	\$2.230,00
Amort. de activo diferido		\$446,00	\$446,00	\$446,00	\$446,00	\$446,00
Total, de activo diferido	\$2.230,00	\$1.784,00	\$1.784,00	\$1.784,00	\$1.784,00	\$1.784,00
SUMA DEL ACTIVO	\$48.649,00	\$119.129,04	\$124.296,06	\$129.748,08	\$135.499,35	\$141.564,83
PASIVO						

Pasivo Corriente						
PARTICIPACION DE LOS TRABAJADORES 15%		\$8.931,89	\$9.423,77	\$9.933,93	\$10.462,64	\$11.186,02
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR		\$12.653,51	\$13.350,35	\$14.073,06	\$14.822,07	\$15.846,86
CUENTAS POR PAGAR		\$29.722,08	\$30.316,52	\$30.922,85	\$31.541,31	\$32.172,14
Total, Pasivo Corriente	\$0,00	\$51.307,48	\$53.090,64	\$54.929,84	\$56.826,01	\$59.205,01
Pasivo no corriente						
OBLIGACIONES FINANCIERAS A LARGO PLAZO	\$ 30.000,00	\$20.915,49	\$10.944,34	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Total, Pasivo no corriente	\$30.000,00	\$20.915,49	\$10.944,34	\$0,00	\$0,00	\$0,00
SUMA DEL PASIVO	\$30.000,00	\$72.222,97	\$64.034,98	\$54.929,84	\$56.826,01	\$59.205,01
PATRIMONIO						
CAPITAL SOCIAL	\$ 18.649,00	\$8.945,55	\$20.210,03	\$32.599,05	\$34.207,13	\$34.819,24
RESULTADO DEL EJERCICIO		\$ 37.960,52	\$ 40.051,04	\$ 42.219,19	\$ 44.466,20	\$ 47.540,58
Total, Capital contable	\$18.649,00	\$46.906,07	\$60.261,08	\$74.818,24	\$78.673,34	\$82.359,82
SUMA DEL PATRIMONIO	\$18.649,00	\$46.906,07	\$60.261,08	\$74.818,24	\$78.673,34	\$82.359,82

SUMA	DEL	PASIVO	+	\$48.649,00	\$119.129,04	\$124.296,06	\$129.748,08	\$135.499,35	\$141.564,83
-------------	------------	---------------	---	-------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

PATRIMONIO

Elaborado por: Malena Rivera Nole

CAPÍTULO IX EVALUACIÓN FINANCIERA

9.1 WACC

El WACC o Costo promedio ponderado de capital representa la tasa de descuento que se utiliza para descontar los flujos de caja futuros a la hora de valorar un proyecto de inversión (VAN), a continuación, su detalle:

Tabla 38WACC

Capital	% Aportación (A)	TASAS (B)	1 - t (C)	Ponderación (A+B*C)
SOCIO	0,143	14%		0,020
BanEcuador	0,71	9,76%		0,070
T	0,15		0,85	0,128
WACC				21,76%

Elaborador por: Malena Rivera Nole

El coste medio ponderado de capital (WACC) es del 21,76%, valorada del 14% de interés sobre los aportes de los socios y 9,76% sobre el préstamo a de BanEcuador, además se reconoce la tasa impositiva 15% sobre fracción determinada por las condiciones de utilidades sobre emprendimiento (SRI, 2021).

9.2 VAN

La fórmula del VAN es:

$$VAN = -Inversión\ Inicial + \frac{FC1}{(1+k)^1} + \frac{FC2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{FCn}{(1+k)^n}$$

- FC= Flujo de Caja (Anual Correspondiente)
- K= WACC (21,76%)

Tabla 39VAN

VALOR ACTUAL NETO			
AÑOS	INGRESOS	EGRESOS	
0	\$	42.008,00	
1	\$	114.000,00	\$ 77.078,05
2	\$	119.700,00	\$ 78.146,44
3	\$	125.685,00	\$ 79.294,91
4	\$	131.969,25	\$ 68.514,94
5	\$	138.567,71	\$ 69.835,75
	SUMATORIA		\$ 257.051,88
	INVERSIÓN INICIAL		\$ 42.008,00
	VALOR ACTUAL NETO		\$ 147.000,73

Elaborado por: Malena Rivera Nole

Reemplazando la formula se obtiene el VAN:

VAN= \$ 147.000,73

Resultado positivo demuestra que el proyecto es viable.

9.3 TIR

Tabla 40 TIR

TASA INTERNA DE RETORNO	
AÑOS	FLUJO NETO AJUSTADOS
0	
	\$(93.974,08)
1	
	\$36.921,95
2	
	\$41.533,56
3	
	\$46.390,09
4	
	\$63.454,31
5	
	<i>Elaborado por:</i> Malena Rivera Nole \$68.731,96
TASA INTERNA DE RETORNO	40%

La TIR señala

la rentabilidad del proyecto valorando las propuestas de inversión. Mientras mayor sea la TIR desarrollara el alcance de solvencia, liquidez y éxito de la empresa en el lapso proyectado. La relación que existe entre la TIR y el WACC es la siguiente: mientras la TIR sea mayor que el WACC el proyecto es factible, además para confirmar el resultado se

reemplaza el WACC (21.76%) en la fórmula del VAN por la TIR (40%), y aquí el VAN (\$ 147.000,73) se convierte en 0.

9.4 Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

El periodo de recuperación de la inversión es un indicador financiero que permite conocer el rendimiento de la empresa en torno a la liquidez y la capacidad de retorno. Para el presente ejercicio se pudo conocer que el monto total de la inversión se recupera a partir del año 2.

Tabla 41 Retorno de la Inversión

	INVERSIÓN	FLUJOS AJUSTADOS ACUMULADOS
AÑO 0	\$ (93.794,08)	
AÑO 1	\$ 36.921,95	36.921,95
AÑO 2	\$41.553,56	78.475,51
AÑO 3	\$46.390,09	124.865,60
AÑO 4	\$64.454,31	188.319,92
AÑO 5	\$68.731,96	257.051,88

Elaborado por: Malena Rivera Nole

9.6 Razones Financieras

Tabla 42 Razones Financieras

Razones Financieras	
Liquidez	2,22
Solvencia	1,65
Endeudamiento	61%

Elaborado por: Malena Rivera Nole

Análisis de las razones financieras

- El indicador de liquidez nos muestra un resultado de 2,22 expresando así la capacidad que tiene la empresa para poder hacer frente a sus obligaciones financieras a corto plazo.
- El indicador de solvencia expresa que entre más alto el resultado, mayor capacidad tendremos para pagar nuestras obligaciones y su nivel óptimo es de 1,5 en adelante mostrando así que la empresa cuenta con un 1,65 por ende puede responder a sus obligaciones sin afectar la solvencia.
- El indicador de endeudamiento expresa que tenemos un 61% en relación de la deuda de la empresa y nuestros recursos propios así se juzga si comprueba si el respaldo de la deuda es bueno o malo

CONCLUSIONES

- El estudio de mercado realizado muestra el impacto y la importancia de haber elegido la ciudad de Manta como ubicación geográfica del proyecto, por la afluencia de las personas y el creciente comercio que se desarrolla en esta ciudad, pronostican un gran número de futuros clientes, haciendo factible la idea de negocio.
- Con los resultados obtenidos en el análisis de la encuesta realizada se pudo determinar que la aceptación del producto abarca el 100%, ya que en la ciudad de Manta predomina una inclinación por consumir productos que sean beneficiosos a la salud de cada uno de sus habitantes.
- Los resultados del estudio financiero demuestran que el presente proyecto requiere de una inversión total de \$42.008,00 y según la evaluación realizada posee rendimientos positivos como el VAN de \$147.000,73 TIR del 40%, una relación beneficio-coste de 1,37 y se prevé que dicha inversión se recupere en un lapso de 2 años. Conforme con esto se establece viabilidad y factibilidad del negocio propuesto, mostrando liquidez y retornos de atractivos para los accionistas y acreedores.
- Se evidencia que al tener una buena aceptación por parte de los encuestados sobre el producto ICEBOOM, es necesario establecer estrategias para la difusión de las bondades del producto a todos los habitantes de la ciudad de Manta y, en el corto plazo, que esta idea de negocio pueda crecer a nivel cantonal tanto como provincial.

RECOMENDACIONES

- Por los resultados obtenidos en el estudio de mercado, se recomienda que la microempresa se establezca en la ciudad de Manta, considerando los valores positivos en sus estados financieros proyectados.
- Es recomendable ampliar la investigación sobre otros formatos de presentación, ya que esto ayudará a mejorar la aceptación y por ende le factible del presente proyecto, así como desarrollar mecanismos que permitan el consumo de los productos sin necesidad de asistir al local comercial.
- Se deben mantener la optimización de los costos para sostener la solvencia de la microempresa y poder cumplir con las obligaciones propias del giro del negocio.
- Se recomienda la realización del manejo de la información en las redes sociales para poder mantener las ventajas competitivas, además un acercamiento directo y permanente con los clientes, interactuar con ellos y que la marca alcance prestigio.

BIBLIOGRAFÍA

(16 de Septiembre de 2016). Obtenido de <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2016/09/desarrollo-concepto-calidad/>

Ander-Egg. (1983). Obtenido de El trabajo en equipo .

Ayudaley. (s.f.). Obtenido de <https://ayudaleyprotecciondatos.es/2021/06/12/responsabilidad-social/>

Biomarket. (10 de Enero de 2017). Obtenido de <https://www.biomarketoledo.com/que-es-ecologico/>

Concepto. (s.f.). Obtenido de <https://concepto.de/competitividad/>

Constitución de sociedades por acciones simplificadas | Ecuador - Guía Oficial de Trámites y Servicios. (14 de January de 2022). Recuperado el 2 de July de 2022, de GOB.EC: <https://www.gob.ec/scvs/tramites/constitucion-sociedades-acciones-simplificadas>

Ecuador Auditores y Asesores Gerenciales. (s.f.). Obtenido de <https://smsecuador.ec/sociedad-por-acciones-simplificada-s-a-s-4-temas-claves/>

Ecuador, U. (s.f.). Obtenido de <https://www.unilegec.com/como-crear-una-sas-en-ecuador.html>

EcuRed. (s.f.). Obtenido de <https://www.ecured.cu/Disciplina>

Educalingo . (s.f.). Obtenido de <https://educalingo.com/es/dic-en/frozen-yoghurt>

Gob.ec. (s.f.). *Gob.ec* . Obtenido de <https://www.gob.ec/scvs/tramites/constitucion-sociedades-acciones-simplificadas>

Helados que recrean la tradición ancestral de los pueblos. (10 de January de 2016).

Recuperado el 11 de July de 2022, de El Telégrafo:
<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/regional/1/helados-que-recrean-la-tradicion-ancestral-de-los-pueblos>

IMSS. (16 de Julio de 2015). Obtenido de <http://www.imss.gob.mx/salud-en-linea/nutricion>

Oslo, M. d. (1997). *Indro.* Obtenido de
<https://www.indracompany.com/es/blogneo/innovacion>

Pardo, A. (1997). REVISTA DE MEDICINA DE LA UNIVERSIDAD DE NAVARRA.
<file:///C:/Users/User/Downloads/6870-Texto%20del%20art%C3%ADculo-26543-1-10-20160808.pdf>.

Rongus1995. (s.f.). *HELADOS EN QUITO.* Obtenido de
<https://heladosquito.wordpress.com/2016/01/27/origen-de-los-helados/>

Shop, O. (s.f.). Obtenido de <https://organicshop-ec.com/producto/azucar-de-coco/>

SRI. (2021). Obtenido de
https://www.google.com/search?q=TABLA+PARA+IMPUESTO+SEGUN+UTILIDADES+2021&sxsrf=AOaemvKKmv4F0I_BuqSxuhulBPWIHrwfBA:1630359232934&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwjQnr232dnyAhUfRDABHTASA0kQ_AUoAXoECAEQAw&biw=1366&bih=657#imgsrc=cfRf45JOPseDnM

Vera, C. (MARZO de 2021). *INEC*. Obtenido de INEC:
https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2021/Marzo-2021/Boletin_tecnico_03-2021-IPC.pdf

ANEXOS

Anexo 1 Cuestionario de Encuesta

CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE HELADOS SALUDABLES EN LA CIUDAD DE MANTA

Encuestas para medir el nivel de aceptación de la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de helados saludables para niños, jóvenes, adultos y personas diabéticas en la ciudad de Manta.

1. SELECCIONE SU RANGO DE EDAD:

18-25

26-35

36-55

56 o más

2. SELECCIONE SU GÉNERO:

Femenino

Masculino

3. ¿CONSUME USTED HELADO?

Si

No

**4. EN CASO AFIRMATIVO:
¿CONSUMIRÍA USTED UN HELADO CON PROPIEDADES BENEFICIOSAS
PARA SU SALUD?**

Si

No

5. ¿CON QUÉ FRECUENCIA USTED CONSUMIRÍA HELADOS SALUDABLES?

1 vez por semana

2 veces por semana

3 veces por semana

4 veces por semana

5 veces por semana

Todos los días de la semana

**6. ¿QUÉ TAN IMPORTANTE ES PARA USTED EL NIVEL DE NUTRICIÓN AL
MOMENTO DE CONSUMIR UN HELADO?**

Muy importante

Poco importante

Es indiferente

7. ¿QUÉ FACTORES CONDICIONAN EL CONSUMO DE HELADO?

Clima

Ocasión especial

Salud

Placer

Antojos repentinos

8. ¿CUÁL ES LA CARACTERÍSTICA QUE LO MOTIVA PARA CONSUMIR UN HELADO?

Precio

Calidad

Sabor

Presentación

9. ¿CONOCE ACERCA DE UNA HELADERIA QUE TENGA COMO OPCIÓN HELADOS PARA LAS PERSONAS DIABÉTICAS?

Si

No

10. ¿ESTARÍA DISPUESTO A COSUMIR UN HELADO QUE TRABAJE CON ENVASES ECOLÓGICOS?

Si

No